

VARTIN AAMUHARTAUUS

Aamupalaverit osana journalistista työprosessia ja
portinvartijuutta maakuntalehdessä

Kirsi Rätty
Journalistiikan pro gradu -tutkielma
Syksy 2011
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistinen	Laitos Viestintätieteiden laitos
Tekijä Kirsi Rätty	
Työn nimi Vartin aamuhartaus. Aamupalaverit osana journalistista työprosessia ja portinvartijuutta maakuntalehdessä.	
Oppiaine Journalistiikka	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika syyskuu 2011	Sivumäärä 79+liitteet
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän gradun aiheena ovat maakuntalehtien aamupalaverit. Lähestyn aihetta kahdesta näkökulmasta. Toisaalta tutkin aamupalavereita osana journalistista työprosessia. Pyrin kartoittamaan, millainen rooli aamupalavereilla on toimitusten työpäivässä, mitä aamupalavereissa tapahtuu ja kuinka tärkeinä aamupalavereita pidetään. Toisessa näkökulmassa tutkin aamupalavereita portinvartijuuden näkökulmasta. Portinvartijateoria on kiinnostunut niistä henkilöistä, prosesseista ja tapahtumista, jotka päättävät, mitkä asiat pääsevät julkisuuteen.</p> <p>Aamupalavereiden tutkiminen on mielekästä, koska ne ovat lähes itsestään selvä osa toimituksen rutiineja, mutta niitä ei ole juurikaan tutkittu aiemmin. Kuitenkin niiden tutkiminen on hyödyllistä journalistisen työn kehittämisen kannalta. Lisäksi niiden tutkiminen auttaa ymmärtämään niitä yleisölle piilossa olevia prosesseja, jotka muovaavat journalismin sellaiseksi kuin se on.</p> <p>Tutkimuksen tutkimusmenetelminä ovat havainnointi ja haastattelut. Havainnointiaineiston kokosin kolmen viikon ajalta eri aamupalavereista Keski-suomalaisesta, Savon Sanomista ja Etelä-Saimaasta marras- ja joulukuussa 2010. Lisäksi haastattelin toimitusten uutis- tai toimituspäälliköitä ja yhteensä 16 aamupalavereihin osallistunutta toimittajaa. Tutkimus on laadullinen. Analysoin aineiston teoriasidonnaisen sisällönanalyysin avulla.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella aamupalaverikäytännöt vaihtelevat melko paljon eri lehtien välillä. Vaihtelevista käytännöistä huolimatta lähes kaikki haastateltavat pitivät aamupalavereita tärkeinä.</p> <p>Kaikkiaan aamupalavereiden tehtävän voi tiivistää kolmeen seikkaan: Työnjakoon, tiedottamiseen ja ideointiin. Näihin tehtäviin sisältyy myös aamupalavereiden rooli osana journalistista työprosessia. Siirtyminen kohti suunnittelevaa ja editoivaa työtapaa näkyi aamupalavereissa siinä, että ne toimivat myös aikaisemmin mietittyjen uutisvalintojen tarkistustilanteina. Jonkun verran aamupalavereita käytetään myös palautteen antamiseen.</p> <p>Haastatteluissa korostui myös palaverien tärkeys sosiaalisen kanssakäymisen kannalta. Ideointia oli kahdenlaista. Toisaalta ideointi oli vapaata ja idealähtöistä, toisaalta taas pakonomaista tilan ja etusivun täyttämistä. Idealähteenä palavereissa korostui muu media. Utiskriteerinä aamupalavereissa käytettiin useimmiten kiinnostavuutta.</p> <p>Tämä tutkimus vahvistaa tulkintaa median portinvartijuusketjun monimutkaisuudesta. Uutisidea saattaa kulkea jopa neljän palaverin kautta ennen sen päättymistä toteutusvaiheeseen. Tutkimuksessa korostui rutiinien rooli portinvartijana.</p>	
Asiasanat – Keywords portinvartijateoria, aamupalaverit, journalistiset työprosessit, toimituskulttuuri, ideointi	
Säilytyspaikka – Depository Viestintätieteiden laitos	
Muita tietoja – Additional information	

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuskenttänä journalistiset työprosessit	3
1.2 Tutkimusongelmasta tutkimuskysymyksiiksi	4
2 PORTINVARTIJUUS TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ.....	6
2.1 Portinvartijateorian lähtökohtia	6
2.2 Yksilön valta – mainettaan heikompi?.....	9
2.3 Rutiinit ja käytännöt – salakavalan vahva vaikuttaja	11
2.4 Organisaation lonkerot ulottuvat kauas	15
2.5 Lukijat, mainostajat ja tiedottajat uutistytön muovaajina	18
2.6 Ideologia määrittää normaalin ja epänormaalin	20
2.7 Portinvartijuuden uudet tuulet digiajalla.....	22
3 TOIMITUSKULTTUURI OHJAA TOIMITTAJAA	24
3.1 Arvot ja käytännöt toimituskulttuurin muovaajina..	26
3.2 Työyhteisöön sosiaalistuminen	26
3.3 Kohti suunnittelevaa ja editoivaa työskentelytapaa	28
4 AINEISTO	31
4.1 Esittelyssä Etelä-Saimaa, Savon Sanomat ja Keski-suomalainen	31
4.2 Aineiston rajauksesta ja valinnoista	32
5 TUTKIMUSMENETELMÄT	36
5.1 Havainnointi tutkimusmenetelmänä	36
5.2 Haastattelu tutkimusmenetelmänä.....	38
5.3 Analyysimenetelmänä teoriasidonnainen sisällönanalyysi	39
6 AAMUPALAVERIT OSANA JOURNALISTISTA TYÖPROSESSIA.....	41
6.1 Palavereiden rutiinipalikat	41
6.2 Palaverit osana työprosessia.....	45
6.3 Toimittajien asenteet aamupalavereita kohtaan	46

6.4 Palavereiden pakkopulla – työnjako ja tiedottaminen	49
6.5 ”Menis vähän ideoinnin ja jalostuksen puolelle” - ideointi palavereissa	50
6.6 ”Ja sitten se on tuollanen eka ja vika yhteinen hetki kun jengi on kasassa”	53
6.7 ”Onhan se ihan yleiskiinnostava.” - uutiskriteerit päätöksenteon pohjana.....	55
7 KUKA VARTIOI PORTTIA AAMUPALAVEREISSA?	60
7.1 Rutiinit kehystävät ja sitovat	60
7.2 Organisaation rajat.....	61
7.3 Yksittäisen toimittajan vaikutusmahdollisuudet – persoonakysymys	62
7.4 Esimiespalaveri portinvartijuuden ytimessä	63
7.5 Muu media ja lähteet	64
7.6 Lukijat, lähteet ja mainostajat portinvartijoina	66
7.7 Journalistiset periaatteet ja toimituskulttuuri aamupalavereissa	67
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	70
9 LÄHTEET.....	79
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän gradun aiheena ovat maakuntalehtien toimitusten aamupalaverit.

Tutkimuksellani on kaksi tavoitetta. Toisaalta haluan kartoittaa aamupalaverikäytäntöjä osana toimituskulttuuria ja toimituksellista työtä. Toisaalta taas pyrin tarkastelemaan aamupalavereja teoreettisemmalla tasolla tutkimalla sitä, mikä on aamupalaverin rooli ja tehtävä julkisuuteen päätyvän aineiston portinvartijana.

Valitsin aamupalaverit tutkimuskohteeksi, koska olen kiinnostunut journalistisista työprosesseista. Juttujen ja uutisten toteutustapa muovaa julkisuuteen tulevaa tietoa, mutta viestin vastaanottajalle se pysyttelee piilossa. Aamun lehdestä lukija näkee toimittajan ja valokuvaajan nimet, mutta heidän työpanoksensa lisäksi jutun toteutumiseen vaikuttavat monet muut henkilöt ja tilanteet.

Aamupalaverit ovat osa monimutkaista prosessia, jolla julkaistavat jutut valikoituvat ja toteutuvat. Sanomalehdissä on joka aamu useita palavereja, joissa suunnitellaan tulevan päivän juttutarjontaa ja jaetaan työt toimittajille. Aamupalaverit ovat usein päivän ainoa hetki, jolloin toimittajat näkevät toisiaan ja jolloin on mahdollista keskustella päivän tulevista juttuaiheista ja ideoista. Siten aamupalaverit vaikuttavat siihen, minkälainen päivän uutisannista muodostuu.

Journalististen työprosessien tutkiminen on tärkeää ensinnäkin journalistisen työn kehittämisen kannalta. On vaikea kehittää toimituksellista työtä, jos sen kulusta ei ole tarpeeksi tietoa. Toiseksi työprosessien tutkiminen on tärkeää median vallan luonteen ja käytäntöjen ymmärtämisen takia. Aamupalavereiden tutkiminen on kiinnostavaa myös siksi, että koko journalistisen työprosessin sanotaan olevan tällä hetkellä murroksessa. Helteen ja Töyryn (2008) mukaan toimituksissa siirrytään yhä selvemmin kohti suunnittelevaa ja editoivaa työtapaa perinteisen yksilötyöskentelyn sijaan. On mielenkiintoista selvittää, näkyykö tämä muutos jo maakuntalehtien aamupalavereissakin. On selvä, että suuntaus kohti suunnittelevaa tiimityöskentelyä

vaikuttaa koko portinvartijaketjuun eli siihen, kuka päättää, mistä aineksista aamun lehti koostuu.

Tutkimuskohteena tutkimuksessani ovat kolmen maakuntalehden, Keskisuomalaisen, Savon Sanomien ja Etelä-Saimaan aamupalaverit. Tutkimusotteeni on laadullinen. Tutkimusmenetelminä ovat havainnointi ja toimittajien haastattelut. Valitsin tutkittavat lehdet lähinnä käytännöllisistä syistä, sillä en usko, että esimerkiksi omistajakonsernilla tai lehden maantieteellisellä sijainnilla olisi juuri vaikutusta aamupalaverien kulkuun. Tärkeintä valinnassani oli, että tutkimukseen tulisi sekä suurempi että pienempi maakuntalehti. Olisin tietenkin voinut valita tutkimukseen myös muita tiedotusvälineitä kuin sanomalehtiä, mutta päätin pitäytyä minulle tutuimmassa välineessä.

Valitsemistani maakuntalehdistä levikiltään suurin on Keski-Suomessa ilmestyvä Keskisuomalainen. Vuonna 2009 sen tarkastettu levikki oli 71 777. Toiseksi suurin on kuopiolainen Savon Sanomat, jonka levikki vuonna 2009 oli 64 113. Pienin tutkittavista lehdistä on Etelä-Karjalassa ilmestyvä Etelä-Saimaa, jonka levikki on 31 222¹. Lehdistä Keskisuomalainen ja Savon Sanomat kuuluvat samaan Keskisuomalainen Oyj -konserniin. Etelä-Saimaata kustantaa Sanoma Lehtimedia Oy, joka kuuluu Sanoma-konserniin.

Tutkimukseni keskeisiä käsitteitä ovat aamupalaverit, portinvartijuus, toimituskulttuuri, ideointi ja ammatillinen sosiaalistuminen. Täsmennän käsitteiden merkityksen tässä tutkimuksessa samalla kun avaan käsitteisiin liittyvää teoriaa.

Tutkimuksen rakenne on muotoiltu siten, että luvuissa kaksi ja kolme käsittelem tutkimusaiheeseen liittyvää teoriaa, eli portinvartijuutta ja toimituskulttuuria. Luvussa neljä esittelen aineiston ja luvussa viisi tutkimusmenetelmät. Luvut kuusi ja seitsemän ovat tutkimuksen tuloslukuja. Käsittelem tuloksia kahdessa luvussa, koska myös tutkimusongelmassa lähestyn aihetta kahdesta näkökulmasta. Luku kuusi keskittyy aamupalavereiden tehtävään osana toimituskulttuuria ja luku seitsemän osana portinvartijuutta. Luvussa kahdeksan teen tutkimustuloksista johtopäätökset ja

¹ Levikkitiedot Sanomalehtien liiton nettisivuilta. <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=115>.

arvioin tutkimukseni kulkua ja sen tuloksia. Esittelen siinä myös tutkimuksen kuluessa heränneitä jatkotutkimusideoita.

1.1 TUTKIMUSKENTTÄNÄ JOURNALISTISET TYÖPROSESSIT

Aamupalaverit ovat osa toimituksen päivittäisiä käytäntöjä ja rutiineja. Siten tutkimukseni kytkeytyy siihen journalismin tutkimuksen haaraan, joka on kiinnostunut käytännön journalistisista työprosesseista ja sen vaikutuksista journalismin sisältöihin. Tällaisen niin kutsutun sosiologisen tai etnografisen perinteen klassikkotutkimuksia ovat esimerkiksi Gaye Tuchmanin tutkimus vuodelta 1978 uutistyön rutiineista ja Herbert Gansin tutkimus vuodelta 1980 uutiskriteereistä (Helle 2010, 25). Näiden tutkimusten tulokset osoittivat, miten suuri vaikutus toimitusorganisaation rutiineilla on journalismin muovautumiseen sellaiseksi kuin se on.

Kaikkiaan käytännön journalistista työtä on tutkittu vielä suhteellisen vähän varsinkin Suomessa (Helle 2010, 24). Erityisesti havainnointiin perustuvia tutkimuksia on Helteen mukaan niukasti (2009, 91-92). Jonkun verran enemmän toimittajien työtä on tutkittu kyselyillä ja haastatteluilla.

Tutkimus journalismin käytännön mankelista Suomessa perustuu pitkälti Merja Helteen ja Maija Töyryn tutkimuksiin (2004, 2008, 2009, 2010) sekä joihinkin pro graduihin. Esimerkiksi Merja Helle käsitteli vuonna 2010 julkaistussa väitöskirjassaan journalistisen työn muuttumista ja sen kehittämistä toiminnan teorian ja kehittävän työntutkimuksen näkökulmasta. Pauliina Penttilä tutki pro gradussaan vuonna 2001 toimitus- ja uutispäälliköiden työtä pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä.

Aamupalavereita koskevia aiempia tutkimuksia löysin vain yhden. Mats Nylund ja Louise Agnesdotter tutkivat vuonna 2005 kolmen kuukauden ajan aamupalavereita Hufvustadsbladetissa ideoinnin ja luovuuden näkökulmasta. Tämä tutkimus tarjoaa mielenkiintoisen vertailukohdan omalle tutkimukselleni, koska siinä käsitellään samaa aihetta erilaisesta näkökulmasta.

Journalismin käytännön työn tutkimus on tärkeää, koska se paljastaa niitä käytäntöjä ja realiteetteja, joiden varassa päivittäistä uutistyötä tehdään. On varsin helppoa asettaa journalismille yleviä tehtäviä esimerkiksi demokratian edistäjänä, mutta ilman journalismin käytännön työn tuntemusta nämä tehtävät jäävät utopiaksi.

Aamupalaverilla käsitteenä tarkoitan toimituksen tai toimituksen joidenkin henkilöiden aamulla tai aamupäivällä tapahtuvaa kokoontumista, jossa pohditaan päivän uutisaiheita ja jaetaan työtehtävät. Näitä kokoontumisia toimituksissa on usein useampi kuin yksi. Esimerkiksi toimituksen johtoporras (päätoimittaja, uutispäälliköt, osastojen esimiehet) kokoontuu usein omaan aamupalaveriinsa ennen varsinaista koko toimituksen aamupalaveria. Lisäksi omilla osastoilla (esimerkiksi urheilu, kulttuuri, talous) on yleensä omat aamupalaverinsa esimerkiksi varsinaisen aamupalaverin jälkeen. Tässä tutkimuksessa havainnoinnin pääpaino on koko toimituksen yhteisessä aamupalaverissa, mutta pyrin seuraamaan mahdollisuuksien mukaan myös muita palaverieita. Esimerkiksi johtoportaan aamupalaverin ja koko toimituksen aamupalaverin vertailu voi paljastaa joitakin mielenkiintoisia seikkoja portinvartijuuden toteutumisesta toimitusorganisaatiossa.

Aamupalavereihin läheisesti liittyvä käytännöllinen käsite on lista tai päivän lista. Lista tarkoittaa tehtäväluetteloa, johon on jo yleensä edellisenä päivänä laadittu seuraavan päivän alustava jutturunko. Uutispäällikkö käy listan läpi ja muokkaa sitä vielä aamulla ennen aamupalaveria. Aamupalaverissa listan aiheet käydään läpi ja tehtävät jaetaan joko uutispäällikön määräyksen tai vapaaehtoisuuden perusteella. Tässä vaiheessa aiheet ja näkökulmat saattavat vielä muuttua, jos jollakin aamupalaveriin osallistujista on omia ideoita esitettäväksi.

1.2 TUTKIMUSONGELMASTA TUTKIMUSKYSYMYKSIKSI

Lähestyn tämän tutkimuksen tutkimusongelmaa, eli aamupalavereiden tehtävää osana toimituskulttuuria ja portinvartijuutta, viiden tutkimuskysymyksen avulla. Lisäksi täsmennän tutkimuskysymyksiä joillakin apukysymyksillä.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni on: Millä tavalla aamupalavereissa ideoidaan?

Esitetäänkö uusia ideoita vai pohditaanko näkökulmia listalla oleviin kysymyksiin? Ideoinnin tutkiminen on keskeistä, koska ne mielletään aamupalavereiden yhdeksi tärkeimmäksi tehtäväksi (kts esim. luku 7.3). Ideoinnin luonteen ymmärtäminen auttaa ymmärtämään sitä, mistä ja miten uutisideat syntyvät ja kehittyvät.

Toinen tutkimuskysymykseni koskee aamupalavereiden rutiineja: Mikä on aamupalavereiden rutiininomainen kulku? Kuinka pitkiä palaverit ovat? Tämän tutkimuskysymyksen avulla haluan kiinnittää huomion niihin rutiineihin, jotka ohjaavat palaverin kulkua. Osa rutiineista saattaa tuntua itsestäänselvyksiltä ja siten ehkä tarpeettomilta kuvailla osana tutkimusta, mutta samalla ne kuitenkin kertovat paljon toimituskulttuurista ja portinvartijuudesta. Tässä tarkkailen erityisesti rutiinien samanlaisuutta tai erilaisuutta lehtien välillä.

Kolmas tutkimuskysymykseni koskee uutiskriteerejä eli sitä, millä perusteella päätökset tehdään palavereissa. Tämä on olennainen kysymys portinvartijuuden kannalta, koska sen avulla tehdään päätös julkaisemisesta.

Seuraavien tutkimuskysymysten avulla haluan selvittää palaverien luonnetta ja ilmapiiriä: Millainen on palaverin luonne? Kuka pääsee ääneen palavereissa? Mistä aiheista palavereissa keskustellaan? Palaverin luonteeseen ja vallankäyttöön liittyvät kysymykset kertovat sen roolista osana toimituskulttuuria ja epäsuorasti myös portinvartijuudesta palavereissa.

Viimeisellä tutkimuskysymykselläni pyrin kartoittamaan palaveriin osallistujien asennoitumista ja mielipiteitä aamupalavereita kohtaan: Mitä mieltä osallistujat ovat palaverien tärkeydestä? Haastattelujen avulla selvitin muun muassa sitä, kuinka hyödyllisenä osallistujat pitävät palavereita ja minkälaisena ideointipaikkana he palaveria pitävät.

2 PORTINVARTIJUUS TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ

Tutkimukseni tärkein taustateoria on mediatutkimuksen klassinen portinvartijateoria. Teoriaa on kehitetty 1950-luvulta lähtien, ja sillä on yhä keskeinen paikka mediatutkimuksessa. Tässä tutkimuksessa käytän Pamela J. Shoemakerin teosta "Gatekeeping" ja Shoemakerin ja Stephen D. Reesen teosta "Mediating the message: Theories of Influences on Mass Media Content" keskeisinä lähteinä portinvartijateoriaan liittyen. Shoemakerin teos vuodelta 1991 kokoa siihen mennessä tehdyn portinvartijatutkimuksen yksiin kansiin, joten käytän sitä pääasiallisena lähteenä portinvartijatutkimuksen historia-osiossa. Shoemakerin ja Reesen teos "Mediating the message" (1996) on toinen keskeinen suunnanantaja tämän päivän portinvartijatutkimukselle. Teoksessa Shoemaker ja Reese esittelevät mallin mediasisältöön vaikuttavien asioiden ja tasojen hierarkkisuudesta (1996, 271).

Portinvartijamekanismien tutkiminen on tärkeää, koska julkisuuteen päässyt tieto muokkaa ja rakentaa kuvaamme maailmasta. Nykyinen portinvartijateoria ponnistaa sosiaalisen konstruktionismin käsityksestä siitä, että kaikki tieto on sosiaalisesti rakentunutta. Sen pohjalta ajatellaan, että esimerkiksi median välittämät uutiset eivät heijasta todellisuutta sellaisenaan. Päinvastoin, ne muokkaavat ja rakentavat todellisuutta sen mukaan, ketkä ja mitkä tapahtumat mediassa pääsevät ääneen ja mistä näkökulmasta katsottuna. Sen takia on oleellista tutkia niitä mekanismeja, jotka säätelevät julkisuuteen pääsyä.

2.1 Portinvartijateorian lähtökohtia

Portinvartijateoria on kiinnostunut niistä henkilöistä, rakenteista ja mekanismeista, jotka säätelevät ja valikoivat julkisuuteen pääsevää tietoa. Yksinkertaisen, mutta toimivan määritelmän portinvartijuudelle tarjoavat Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim ja Brend Wrigley:

"Yksinkertaisimmin muotoiltuna portinvartijuus tarkoittaa joukkoviestinnässä prosessia, jolla valtava joukko potentiaalisia uutisviestejä muokataan ja kootaan niiksi muutamiksi, jotka

uutismedia todellisuudessa julkaisee.” (2001, 1) Kirjoittajan suomennos.²

Perinteisesti portinvartijuutta on kuvattu siten, että potentiaalinen uutinen kulkee tunnelissa uutisen lähteeltä portille, ja portinvartija päättää, haluaako päästää uutisen eteenpäin tunnelissa kohti julkaisua. Luonnollisesti prosessi ei ole näin yksinkertainen, vaan päätökseen jutun tai uutisen julkaisusta vaikuttaa lukematon määrä eri tekijöitä. Juttujen julkaisupäätöksen lisäksi portinvartijuuteen voi ajatella kuuluvan esimerkiksi juttujen muotoilun ja julkaisuajankohdan (Shoemaker et al. 2001, 1).

Portinvartijametaforan kehitti Kurt Lewin vuonna 1947. Hän kehitti tunneleita ja portinvartijoita koskeva teorian kuvaamaan sosiaalisia muutoksia yhteisössä. Malliesimerkkinä hän käytti väestön ruokailutapojen muutoksia. Lewinin teorian mukaan tapahtumilla ja asioilla on voimia (forces), jotka joko helpottavat tai rajoittavat asioiden kulkua portinvartijaprosessissa. Nämä voimat vaihtelevat voimakkuudeltaan ja sävyltään, eli ne voivat olla positiivisia tai negatiivisia. Esimerkiksi jonkun elintarvikkeen kalleus voi olla negatiivinen voima ruokaostoksilla. Mediatutkimuksessa nämä voimat ovat mitä tahansa asioita, jotka vaikuttavat uutisten ja muiden juttujen liikkumiseen portinvartijatunnelissa kohti julkaisua. Esimerkiksi tapahtuman sijainti toimituksen läheisyydessä voi olla positiivinen voima, joka helpottaa tapahtuman tai asian eteenpäin menoa julkaisupäätösprosessissa. Toisaalta, jutun tai tapahtuman kallis toteutus voi toimia negatiivisena voimana. Shoemakerin ja kumppaneiden mukaan se, tuleeko jostakin tapahtumasta tai asiasta uutinen, on kiinni negatiivisen ja positiivisen voiman suhteellisesta voimakkuudesta (2001, 234).

Mediateorian portinvartijuutta tutki ensimmäisenä David Manning White vuonna 1949. Hän tutki viikon ajan tapaa, jolla toimittaja valikoi pieneen sanomalehteen päätyvät sähkeet uutistoimistojen sähkötulvasta. White päätteli, että julkaistavien uutisten valikointitapa on hyvin subjektiivinen ja perustuu toimittajan omaan harkintaan. Siten Whiten tutkimuksessa korostui toimittajan persoona ja arvot

2 Alkuperäinen teksti: *In its simplest conceptualization within mass communication, gatekeeping is the process by which the vast array of potential news messages are winnowed, shaped and prodded into those few that are actually transmitted by the news media.*

uutistulvan seulojana. Paul Snider toisti Whiten tutkimuksen vuonna 1966. Tutkittavana oli sama "Mr. Gates" kuin Whiten tutkimuksessa 17 vuotta aiemmin ja tulokset hyvin samansuuntaisia Whiten tutkimuksen kanssa (Shoemaker 1991, 6-10). Nämä klassikkotutkimukset antoivat pohjan käsitykselle, että yksittäinen toimittaja on uutisvirran tärkein portinvartija.

Muissa tutkimuksissa portinvartijuutta alettiin vähitellen ymmärtää laajempänä käsitteenä kuin yksittäisenä henkilönä. McNelly (1959) laajensi Whiten teoriaa huomioimalla, että tiedon matkalla lähteeltä yleisölle on monia portinvartijoita. Bass (1969) puolestaan korosti journalistin roolia ja paikkaa uutisorganisaatiossa. Hänen mukaansa toimittaja toimii erilaisena portinvartijana sen mukaan, onko toimittajan tehtävä esimerkiksi kerätä vai editoida uutisia. 1970-luvulla Chibnall kiinnitti tutkimuksessaan huomion lähteiden merkitykseen portinvartijana. Hänen mukaansa tärkeimmät portinvartijuuteen liittyvät päätökset on tehty jo ennen kuin uutinen saapuu toimitukseen. Vuonna 1982 Gandy lisäsi portinvartijuuten tiedottajat ja muun pr-teollisuuden. (Shoemaker 1991, 13-16).

Berkowitz (1990, 62) kiinnitti huomion siihen, että uutisvalinnat ovat ryhmätyötä, mikä perustuu aamupalavereissa alkaneelle keskustelulle ja jatkuu koko päivän ajan. Berkowitz tutki havainnoinnin ja sisältöanalyysin keinoin paikallisen tv-aseman uutisvalintoja. Berkowizin tutkimuksen mukaan uutisvalinta perustuu uutiskriteerien lisäksi useille muille tekijöille. Utissisällöksi näytti valikoituvan tieto, jota on helppo selittää, joka saisi yleisön hyväksynnän (*good audience draw*) ja joka voidaan koota tehokkaasti (*with efficiency of effort*). Tutkimuksen mukaan toimittajat käyttivät pikemminkin vaistojaan ja mututuntumaa hyvän uutislähetysten koostamisessa kuin oppikirjojen uutiskriteereitä (1990, 66).

Shoemaker kehitti portinvartijatutkimusta jakamalla portinvartijuuden viiteen eri analyysitasoon (1991, 32). Portin vartiointia voidaan tutkia yksittäisen toimijan (toimittajan) tasolla, toimituksen rutiinien ja käytäntöjen tasolla, organisaation tasolla, ekstramedian tasolla ja yhteiskunnallisella tasolla. Nämä kaikki tasot vaikuttavat osaltaan siihen, miksi uutiset ovat sellaisia kuin ne ovat. On selvä, että lopullinen portinvartijuus on hyvin monien tekijöiden summa, aina toimittajan omista mieltymyksistä ja toimitusrutiineista yhteiskunnassa vallitsevaan ideologiaan

ja arvojärjestykseen saakka. Portinvartijuuteen vaikuttavat sekä tekniset ja käytännölliset seikat, kuten deadlinet ja teknologia, että ideologiset periaatteet ja osin tiedostamattomatkin psykologiset tekijät. Näiden kaikkien tekijöiden lopullista vaikutusta ja keskinäistä painoarvoa lienee mahdoton tutkia, mutta se ei estä portinvartijuuden osatekijöiden tutkimista.

Nykyinen portinvartijatutkimus lainaa usein Shoemakerin ja Reesen (1996) mallia eri analyysitasojen suhteellisesta tärkeydestä portinvartijana. Mallissa Shoemaker ja Reese pyrkivät kuvaamaan linkkejä ja hierarkiaa eri analyysitasojen välillä. Mallissa eri analyysitasot on esitetty siten, että sisimmällä kehällä on yksittäinen toimittaja ja uloimmalla kehällä ideologia. Näiden välisillä kehillä sijaitsevat toimitusrutiinit, organisaatio ja median ulkopuoliset vaikuttajat. Shoemakerin ja Reesen (1996, 265) mukaan eri kehät ovat kytköksissä ja vaikuttavat toisiinsa, mutta kuitenkin siten, että järjestyksessä ulompana oleva on tärkeämpi vaikuttaja kuin sisemmällä kehällä oleva. Yksilötason ja rutiinitason vaikutukset ovat kietoutuneet yhteen esimerkiksi siten, että mitä kauemmin toimittaja työskentelee tietylle mediaorganisaatiolle, sitä enemmän hän sosiaalistuu organisaation tapoihin ja käytäntöihin (265, 1996). Seuraavissa alaluvuissa esittelen tiivistetysti eri tasojen portinvartijuutta ja pohdin, millä tavalla mikäkin taso liittyy aamupalavereiden portinvartijuuden tutkimiseen.

2.2 YKSILÖN VALTA – MAINETTAAN HEIKOMPI?

Yksittäiset toimittajat saavat usein risut ja ruusut journalismin laadusta. Jokaisen uutisjutun signeeraa yleensä yksi toimittaja, joten hänen vastuulleen on helppo sysätä jutun sisältö ja siihen vaikuttaneet journalistiset ratkaisut. Siten yksittäinen toimittaja on useimmiten mediakoneiston näkyvin portinvartija. Tähän näkyvyyteen kuuluu se, että yksittäisiä toimittajia on helppo syyttää vaikkapa puolueellisesta uutisoinnista tai uutisten viihteellistymisestä. Mediassa käydäänkin aina välillä keskustelua siitä, pitäisikö toimittajien taustat ja kytkökset olla paremmin kaiken kansan tiedossa. Esimerkiksi Elinkeinoelämän valtuuskunnan puheenjohtaja ja entinen Aamulehden päätoimittaja Matti Apunen on vaatinut, että toimittajien olisi paljastettava puoluekantansa ja muut sidonnaisuutensa. Apusen mukaan journalismin luotettavuus ja läpinäkyvyys lisääntyisi, jos esimerkiksi eduskuntavaaleista kirjoittavan

toimittajan puoluekanta olisi tiedossa. Helsingin Sanomissa julkaistussa kolumnissaan Apunen pohtii, että *keitä ovat ne vakavaimmeiset nuoret ihmiset, jotka käyttävät tiedotusvälineen koko voimaa kirjoittaessaan tuomiokolumnin ministerin typeryydestä tai keski-ikäisten mieskansanedustajien kategorisesta naurettavuudesta? Keitä ovat nämä poliittisen raadollisuuden yläpuolelle asettuneet puujumalat?* (HS 7.9.2010).

Portinvartijuuden tutkijoiden mukaan yksittäisen toimittajan henkilökohtaiset piirteet ja tausta vaikuttavat journalismin portinvartijuuteen kahdella tavalla. Ensinnäkin toimittajan tausta ja esimerkiksi koulutus voivat vaikuttaa suoraan uutisoinnin tapaan. Toiseksi, ne myös ohjaavat toimittajan ammatillisia valintoja, kuten ylipäättään toimittajan ammattiin hakeutumisesta ja tietyssä mediavälineessä työskentelyä. Samalla on syytä huomata, että toimittajan asenteet, arvot ja uskomukset ovat syntyneet osittain ammattiin sosiaalistumisen kautta. Esimerkiksi se, miten osallistuvana tai neutraalina toimittaja näkee oman roolinsa uutisoinnissa, heijastaa yleensä koko toimituksen asennetta. Tällä tavalla toimittajan taustasta ja omista asenteista kumpuavat asenteet ja linjaukset kulkevat rinnan ja ovat kytköksissä toimituksen arvoihin ja laajemminkin koko toimittajakunnan kollektiivisesti omaksumiin periaatteisiin ja asenteisiin. (Shoemaker & Reese, 1996, 64-65).

Shoemakerin ja Reesen (1996, 87) mukaan yksi joukkoviestinnän tutkimuksen ristiriitaisimpia kysymyksiä on kysymys siitä, missä laajuudessa toimittajien asenteet, arvot ja uskomukset vaikuttavat journalismin sisältöön. Varsinkin Amerikassa toimittajien taustoja ja arvoja on tutkittu melko paljon, mutta niiden todellinen vaikutus uutisointiin on hyvin epäselvä. Joidenkin tutkimusten mukaan amerikkalaiset toimittajat ovat esimerkiksi keskimääräistä liberaalimpia ja vähemmän uskonnollisia kuin amerikkalaiset keskimäärin (Shoemaker & Reese 1996, 78,86). Sitä, millä tavalla tämä näkyy uutisoinnissa, on hankala tutkia yksiselitteisesti.

Toimittajien ammatillisilla asenteilla ja työyhteisöön sosiaalistumisella on Shoemakerin ja Reesen mukaan toimittajien henkilökohtaisia piirteitä suurempi vaikutus mediasisältöön (1996, 102). Esimerkiksi journalistien eettiset ohjeet ja toimituksen toimintaperiaatteet vaikuttavat suoraan siihen, mitkä asiat päätyvät

julkaistaviksi ja missä valossa. Toimittajien sosiaalistumista ja toimituskulttuuria käsittelen laajemmin luvussa kolme.

On selvä, että toimittajien henkilökohtaiset ominaisuudet vaikuttavat myös aamupalaverien kulkuun. Vaatii rohkeutta avata suunsa ja kertoa mielipiteensä tilanteessa, jossa esimiehet ja työkaverit ovat läsnä ja jossa aiheista saatetaan keskustella hyvin kriittiseen sävyyn. Palavereissa keskustellaan myös varsin vapaasti eri ideoista ja uutisaiheista, joten siellä varmasti esiintyy sekä omia että ammatillisesti virittyneitä mielipiteitä.

2.3 Rutiinit ja käytännöt – salakavalan vahva vaikuttaja

Siinä missä yksittäisten toimittajien portinvartijuus on näkyvää, toimivat rutiinit portinvartijana hyvin huomaamattomasti. Siitä huolimatta, tai kenties juuri sen takia, toimitusrutiinit voivat olla hyvin tehokkaita portinvartijuudessaan. Toimitusrutiinit ovatkin tutkimukseni keskeinen käsite. Toimitusrutiineilla tarkoitetaan niitä toistuvia, rutiininomaisia käytäntöjä, joita media-alan työntekijät käyttävät työssään (Shoemaker ja Reese, 1996, 105). Nämä rutiinit ovat muotoutuneet voimavarojen ja resurssien vähäisyydestä ja raakamateriaalin runsaudesta. Rutiineja ohjaavat teknologia, deadlinet, tila ja normit. Näiden rutiinien muokkautumiseen ovat vaikuttaneet uutisorganisaatioiden taloudelliset, käytännölliset ja kulttuuriset linjaukset. Toimitusrutiinit varmistavat sen, että kunkin median uutisvalinnat ja painotukset säilyvät samansuuntaisina päivästä toiseen, vaikka uutisten tekijät vaihtuisivatkin. Toimitusrutiinien lisäksi puhun tässä kappaleessa organisaation rutiineista, kun haluan korostaa organisaatiota rutiinin synnyttäjänä. Käytännössä toimitusrutiinit ja organisaation rutiinit limittyvät kuitenkin usein yhteen.

Shoemaker ja Reese (1996, 109) kuvailevat toimitusrutiinien syntyä kolmen eri näkökohdan tuloksena. Rutiinit perustuvat yleisön hyväksyntään ja kiinnostukseen, mediaorganisaation prosessointikykyyn ja tarjolla olevaan uutismateriaaliin. Nämä kolme kohtaa selittävät pitkälti rutiineja ja päivittäistä uutistarjontaa, sen rakennetta ja sitä pohjustanutta ideointia. Toimittajan juttuidea voi olla kuinka loistava tahansa, mutta jos sen ei arvella kiinnostavan tarpeeksi kohdeyleisöä tai sen toteuttaminen

vaatii liikaa resursseja, juttuidea ei päädy jatkojalostukseen. Toimitusrutiinien määrittelyssä auttaa myös Tuomo Mörän (1996, 106) kehittämä mediarutiinien jako määrittely-, keruu-, ja esitystaparutiineihin. Määrittelyrutiinien perusteella toimittaja päättää, onko ajatus tai idea uutinen vai ei. Rutiinit perustuvat usein ääneen lausumattomiin uutiskriteereihin, kuten ilmiön tärkeyteen, epätavallisuuteen, ajankohtaisuuteen tai läheisyyteen (Mörä, 1996, 106). Shoemaker ja Reese (1996, 111) listaavat uutiskriteereiksi edellä mainittujen lisäksi kiinnostavuuden (human interest) ja konfliktin. Palaan uutiskriteereihin tämän luvun loppuosassa.

Keruurutiinit mahdollistavat jokapäiväisen uutisannin myös silloin, kun toimituksen omat ideat ovat vähissä. Uutisia kerätään uutistoimistojen päivälistoilta, vakiintuneilta eliittilähteiltä, sähköpostista ja muulta medialta. (Mörä, 1996 s.107-110). Yksi toimitusten rutinoitunut käytäntö on muiden medioiden seuraaminen. Shoemakerin ja Reesen (1996, 123) mukaan journalisteja ohjaa usein yhdenmukaisuuden uutiskriteeri. Jos asia on uutinen muussa mediassa, on sen käsitteleminen paikallaan myös omassa lehdessä. Tällainen 'joukkojournalismi' vähentää organisaatioiden riskiä, sillä se varmistaa, että oma tuote on vähintään yhtä oikeassa kuin muut tiedotusvälineet. Myös aamupalavereissa muiden medioiden aiheet ovat usein keskustelunaiheena. Shoemakerin (1991, 29) mukaan

”Toimituspalavereissa päätetään sanomalehden toimituksellisista linjauksista, ja journalisteilla on vahva taipumus 'joukkojournalismiin', jossa uutisten portinvartijat perustelevat päätöksiään sillä, mitä muut portinvartijat tekevät.” Kirjoittajan suomennos.³

Toisaalta yksi organisaation tavoitteista on julkaista omia skuppeja. Shoemaker ja Reese (1996, 125) huomauttavat, että mediaorganisaatiot tavoittelevat skuppeja etupäässä pönkittääkseen omaa arvostustaan mediamarkkinoilla. Lukijoille skuppeilla ei ole kovin suurta merkitystä, sillä he yleensä muutenkin lukevan vain yhden lehden.

Nämä toimitusrutiinit ovat välttämätön osa toimitusten arkipäivää ja toimittajien

³ Alkuperäinen teksti: Editorial meetings decide the newspaper's editorial policy on issues, and journalists have a strong tendency toward "pack journalism", with news gatekeeping validating their own selections by observing what other gatekeepers do.

ammattitaitoa. Myös juttujen ja näkökulmien ideointi perustuu näille rutiineille. Mediarutiinit voivat vinouttaa uutisten sisältöä, koska ne suosivat tietynlaisia aiheita ja näkökulmia. Mediarutiinien tuntemus auttaa myös lähteitä ja aiheiden antajia saamaan itselleen sopivaa julkisuutta. (Mörä 1996, 113). Kiireen lisääntyminen vahvistaa rutiineja, kun aikaa ei ole pohtia vaihtoehtoisia lähteitä tai esitystapoja. Kiireessä turvaudutaan usein myös tavallisimpaan ja helpoimpaan juttuideaan ja lähteisiin.

Tuchmanin (1978) mukaan organisaation rutiinit määrittelevät viime kädessä sen, mikä asia saa uutisen statuksen ja mikä ei. Hän käyttää termiä uutisverkko (news net) kuvaamaan sitä, miten toimittajat asettavat uutisverkkonsa poimimaan uutisia tietyiltä lähteiltä ja tietyistä aihepiireistä. Lehtiorganisaatio asettaa nämä uutisverkot ja niiden sijainnit. Esimerkiksi perinteinen toimituksen osastojako kotimaahan, kulttuuriin, talouteen ja urheiluun heijastaa organisaation valtaa asettaa ne kategoriat, joilta uutisia poimitaan. Myös poliisikierrot ja muut lähdekeruurutiinit ovat organisaation asettamia käytäntöjä, jotka ohjaavat vahvasti yksittäisen toimittajan työskentelyä.

Huomionarvoista on, että toimittajan ammattitaito perustuu juurikin rutiinien tuntemukseen (Shoemaker & Reese 1996, 106). Toimittajaa pidetään ammattilaisena, kun hän on oppinut kirjoittamaan uutisen asiaankuuluvalla tyylillä, kysymään sopivat kysymykset sopivilta lähteiltä ja ehdottamaan toimituksen linjaan kuuluvia juttuaiheita. Shoemaker ja Reese (1996, 107) vertaavatkin erityisesti tv-uutisten työn organisointia tehdastyöhön. Televisiossa tarvitaan monimutkaista teknologiaa, ja sen takia tv-uutisten tekeminen on kehittynyt hyvin säänneltyksi ja yksityiskohtaiseksi. Usein tehtävät on eriytetty siten, että yksi henkilö vastaa kokonaisuuden yhdestä osasesta, kuin tehtaan liukuhihnalla. Joidenkin tutkijoiden mielestä vastaava malli on yhä selvemmin esillä myös printtimediassa. Esimerkiksi A-P Pietilä (2007) kutsuu nykyistä markkinaehtoista uutisten tuotantoa uutisteolliseksi tuotantotavaksi. Uutisteollinen tuotantotapa on tehdasmaistanut sekä toimittajan työnkuva, toimitusten rutiineja että esimiestyötä. Pietilän (2007, 318) mukaan teollistunut tuotantotapa arkipäiväistää toimittajan 'taiteilijaelämän' palstojen ja juttuformaattien ylläpidoksi. Suuri osa toimittajan tekemistä jutuista on tehty valmiilla sapluunalla tiettyä palstaa tai lehden kohtaa varten. Juttuformaattit nopeuttavat työtä, mutta

vähentävät toimittajan omaa ideointia ja luovuutta ja siten lisäävät rutiinien tärkeyttä portinvartijuudessa.

Jokapäiväisenä käytäntönä aamupalaverit ovat yksi toimitustyön rutiinitason portinvartijoista. On kiintoisaa tutkia myös sitä, millä tavalla ja missä laajuudessa muut uutisten valintaan liittyvät rutiinit ovat esillä palavereissa.

Uutiskriteerit – kohti lukijan arkea

Uutiskriteerit auttavat toimittajia valikoimaan tietotulvasta ne uutiset, joiden ajatellaan kiinnostavan yleisöä tai olevan muuten vain tärkeitä. Toimittajilla ei ole mahdollisuutta jokaisen jutun yhteydessä kysellä lukijoilta, haluavatko he lukea juuri sen tyyppisen jutun. Sen takia tarvitaan yleisesti hyväksytyjä kriteerejä, jotka toimivat yleisön korvikkeena uutisen tärkeyttä pohdittaessa. On selvä, että nämä kriteerit ovat varsin tärkeä portinvartija. Joskin on muistettava, että uutiskriteerit ovat myös liukuvia, muuttuvia ja kontekstisidonnaisia. Moni toimittaja väittää myös tekevänsä uutisen julkaisua koskevan päätöksen enemmän intuition kuin joidenkin valintakriteerien perusteella (O'Neill & Harcup 2009, 161). Näistä rajoitteista huolimatta katsaus perinteisiin uutiskriteereihin auttaa ymmärtämään aamupalavereissa esille tulevia uutiskriteerejä.

Klassisimman listan uutiskriteereistä esittivät Galtung ja Ruge vuonna 1965. Heidän mukaansa uutiskriteerejä ovat muun muassa kielteisyys, tuoreus, läheisyys, yhdenmukaisuus, selkeys, odottamattomuus, superlatiivisuus, relevanssi, henkilöitävyys, eliittihenkilöt, edustavuus ja faktisuus. Myöhemmin vuonna 1979 Golding ja Elliott lisäsivät listaan draaman, visuaalisen näyttävyuden ja viihdyttävyyden. Vuonna 2001 Harcup and O'Neill muokkasivat uutiskriteereistä nykypäivään sopivan listan. Listan perusteena heillä oli 1200 uutisjuttua, jotka ilmestyivät eri sanomalehdissä Iso-Britanniassa. Heidän mukaansa uutinen sisältää yleensä ainakin yhden seuraavista kriteereistä: valtaeliitti, julkkikset, viihdyttävyyden, yllättävyys, negatiivisuus, positiivisuus, voimakkuus, relevanssi, jatkuvuus ja sanomalehden oma agenda. (O'Neill & Harcup 2009, 161-168). Näillä tekijöillä pystytään selittämään pitkälti sitä, mistä aineksista tämän hetken uutinen on tehty. O'Neill ja Harcup (2009, 163) huomauttavat kuitenkin, että käsitteenä uutiskriteerit

selittävät enemmänkin sitä, millä tavalla tiettyä asiaa käsitellään kuin sitä, miksi asia oli ylipäätään valittu julkaistavaksi.

Kaupallisuuden ja kilpailun lisääntyessä toimitukset ovat yhä kiinnostuneempia siitä, millaisia sisältöjä lukijat oikeasti haluavat. Siten lukijan toiveista ja kiinnostuksenkohteista on tullut tärkeä kriteeri, jolla uutisia valitaan. Lukijoiden toiveiden ja profiilin kartoittaminen auttaa myös mainostilan myymisessä, koska lehdet osaavat kertoa tarkemmin, ketkä lehteä lukevat. Yhä useammat sanomalehdetkin suunnittelevat journalistista tarjontaa esimerkiksi RISC-analyysityökalujen avulla, jossa lukijat jaetaan eri kategorioihin mieltymysten ja asenteiden perusteella (Hujanen 2006).

Merja Helle ja Maija Töyry (2008) ovat kehittäneet kirjallisuustieteestä tuttua mallilukijan käsitettä journalististen juttujen ideoinnin avuksi. Tutkijat käyttävät mallilukijan käsitettä osana mediakonseptilaboratorioksi kutsuttua kehittämishanketta, jossa toimituksia autetaan kehittämään toimintatapojaan. Mallilukija on lehden fiktiivinen lukija, jolle on annettu esimerkiksi ammatti, ikä, sukupuoli, sosioekonominen asema, harrastus ja elämäntyyli. Mallilukijaa käytetään avuksi juttujen aihepiirejä ja näkökulmia mietittäessä. Tällä tavalla mallilukijan kuvitteelliset kiinnostuksenkohteet korvaavat perinteiset uutiskriteerit tai toimittajan arvion.

Aamupalaverit ovat sosiaalisia tilanteita, joissa keskustellaan ja päätetään juttujen julkaisusta ja niiden painoarvosta lehdessä. On kiinnostavaa tutkia, missä määrin perinteiset uutiskriteerit näkyvät palavereissa ja missä määrin esillä ovat journalismin tämän hetken 'trendikriteerit', kuten lukijalähtöisyys. Aamupalavereissa ei lueta journalistiikan oppikirjaa uutiskriteereistä, vaan päätökset tehdään siinä tilanteessa enemmän tai vähemmän perustellusti. Sen takia siellä esiintyviä uutiskriteerejä tutkimalla voi saada lisävaloa siihen, mitä arjen aidot uutiskriteerit ovat.

2.4 ORGANISAATION LONKEROT ULOTTUVAT KAUAIS

Organisaatiotason portinvartijatutkimus on kiinnostunut siitä, millä tavalla

organisaation rakenteet ja tavoitteet vaikuttavat mediasisältöihin. Organisaatiotason analyysi pyrkii selittämään niitä vaihtelevuuksia mediasisällössä, mitä eroavaisuudet rutiinitasolla tai yksittäisten toimittajien tasolla eivät pysty selittämään (Shoemaker ja Reese 1996, 139). Organisaatiotason portinvartijavalta näkyy erityisesti taloudellisissa kysymyksissä ja laajemmissa uutisoinnin tyylin ja painopisteiden linjauksissa. Lisäksi on muistettava, että organisaatiolla on auktoriteetin asema suhteessa yksittäiseen toimittajaan. Vahvimmillaan organisaation auktoriteetti näkyy vallassa palkata ja potkia pihalle. Jos toimittaja ei suostu organisaation toimintatapoihin, räikeimmässä tapauksessa hänet irtisanotaan. Lisäksi organisaation johto vastaa lehden taloudellisesta tilanteesta ja voi halutessaan vähentää henkilöstöä myös sen perusteella.

Mediaorganisaation rakenne määrittelee hierarkkiset suhteet organisaation sisällä. Usein rakenne noudattaa kaavaa, jossa korkeimmalla hierarkiassa on median julkaisija/omistaja, sitten päätoimittaja, seuraavana uutispäälliköt ja toimituspäälliköt, sitten eri osastojen esimiehet ja toimitussihteerit ja alimpana hierarkiassa tavalliset kirjoittavat toimittajat. Teoriassa nämä suhteet kertovat siitä, kuka määrää ketäkin eli kenellä on suhteellisesti eniten portinvartijavaltaa. Käytännössä nämä suhteet voivat olla hyvin epäoleellisia jokapäiväisessä lehdenteossa, esimerkiksi julkaisija saattaa puuttua varsin harvoin sisältökysymyksiin. Lisäksi niin kutsutuilla tähtitoimittajilla on yleensä vapaat kädet työnsä tekemiseen, vaikka he virallisesti olisivatkin hierarkian alimmalla tasolla (Shoemaker & Reese 1996, 143). Joka tapauksessa organisaatiokaavio osoittaa viralliset valtasuhteet. Niiden vaikutus korostuu etenkin kiistakysymyksissä ja suurissa päätöksiä tehtäessä. Kaikkiaan organisaation rakenteella on kattava, mutta vaikeasti tunnistettava vaikutus mediasisältöön (Shoemaker & Reese 1996, 151).

Rakenteen lisäksi organisaatiotason keskeisimpiä portinvartijakysymyksiä on kysymys taloudesta. Mediaorganisaatioista on tullut suuria voittoa tavoittelevia yrityksiä. Siten talousajattelusta ja voiton maksimoimisesta on tullut tärkeä ohjenuora myös lehdenteossa. Aikaisemmin journalismin poliittiset, sivistykselliset ja kansallisen kulttuurin rakentamiseen liittyvät tarkoitukset olivat keskeisellä sijalla toimittajien ja median omistajien arvomaailmassa. Nykyisin voiton tavoittelu on kohonnut mediayritysten tärkeimmäksi tehtäväksi (Luostarinen & Uskali 2006,

179). Lehtien tulosta, myytyä mainostilaa ja tilaajien määrää seurataan äärimmäisen tarkasti. Lehdenteon arkipäivässä voitontavoittelu näkyy muun muassa lisääntyneinä tehokkuus- ja tuottavuusvaatimuksina. Esimerkiksi kaikissa 4 – 7 -päiväisissä lehdissä juttujen kokonaismäärä on viime vuosina kasvanut toimituksen henkilöä kohden (Toimitustilasto 2006, 14–15).

Taloudelliset kysymykset määrittelevät pitkälti myös lehden resurssit, jotka puolestaan luovat raamit lehden journalistiselle sisällölle. Lehtiorganisaatiot päättävät esimerkiksi siitä, mikä on haluttu sivumäärä ja missä lehden päätoimitus ja aluetoimitukset sijaitsevat. Lisäksi organisaatio päättää toimituksen henkilömäärästä, osastojaosta ja työvuoroista. Nämä luovat selvät rajoitteet uutistuotannolle, sillä yksi toimittaja ei voi olla kahdessa paikassa samaan aikaan. Usein esimerkiksi iltavuorossa on vain muutama toimittaja, joten silloin ei voida kattaa kovin monta tapahtumaa samalla kellonlyömällä. (Shoemaker & Reese 1996, 119).

Organisaation rakenne voi vaikuttaa aamupalaverien kulkuun, sisältöön ja siellä tehtäviin päätöksiin. Organisaation johtavassa asemassa olevat vetävät aamupalaverin ja päättävät sen kestosta ja pitkästi myös käsiteltävistä asioista. Lisäksi toimitusten esimiehet osallistuvat yleensä omaan palaveriinsa ennen osastojen omia tai toimituksen yhteistä palaveria. Tämä luonnollisesti lisää esimiesten portinvartijavaltaa, koska esimiesten palaverissa tehdään yleensä linjaukset sen päivän tärkeimmistä uutisaiheista. Talouden vaikutusta aamupalavereissa on ehkä vaikeampi hahmottaa, mutta esimerkiksi se, millä tavalla lehden mainostajista puhutaan, kertoo jotakin rahan vaikutusvallasta lehden sisältöön.

On olennaista tutkia, millä tavalla organisaatiotaso on esillä aamupalavereissa, sillä se kertoo organisaatiotason portinvartijavallasta suhteessa yksittäisten toimittajien valtaan. Sinänsä aamupalaverit rutiinina ovat jo organisaatiotason portinvartija, koska palaverikäytäntö on organisaation muotoilema. Lisäksi, jos esimerkiksi lehdenteon resurssit ja raamit ohjaavat palaverien kulkua, kertoo se vahvasta organisaatiotason vallankäytöstä.

2.5 LUKIJAT, MAINOSTAJAT JA TIEDOTTAJAT UUTISTYÖN MUOVAAJINA

Ekstramedian tasolla portinvartijat ovat niitä, jotka eivät kuulu toimitusorganisaatioon, mutta joilla voi silti olla huomattava vaikutus uutisten muovautumiseen. Tällaisia portinvartijoita ovat esimerkiksi juttujen ja uutisten lähteet, erilaiset intressiryhmät, lukijat ja mainostajat. Lisäksi myös valtiovalta ja muut yritykset ovat lehtitalojen ulkopuolisia vaikuttajia. (Shoemaker & Reese 1996, 175).

Eri vaikuttajaryhmistä juttujen ja uutisten lähteet ovat ehkä näkyvin lehden sisällön muokkaaja. Toimittajat ovat monella tapaa riippuvaisia henkilölähteistä, sillä ilman lähteitä juttuja ei juuri syntyisi. Toimittajat käyttävät jonkun verran myös dokumenttilähteitä tai omaan havainnointiin perustuvia lähteitä, mutta henkilölähteet ovat vakiintunein ja yleisin lähdekäytäntö. Toisaalta lähteet ovat riippuvaisia toimittajista, koska ilman heitä lähteiden on huomattavasti vaikeampi saada julkisuutta. Toimittajat valitsevat haluamansa lähteet, mutta lähteet valitsevat, mitä haluavat kertoa toimittajille vai haluavatko kertoa mitään ylipäättään. Joskus lähteet saattavat myös valehdella. Berkowitzin (2009, 123) mukaan lähteiden ja toimittajien välisissä suhteissa on loppujen lopuksi kysymys mahdollisuudesta muokata kulttuurisia viestejä ja siten ideologisesta vallasta. Tässä suhteessa molempien osapuolten intressinä on saavuttaa suhteesta toivottu hyöty menettämättä virallista ja sosiaalista asemaa. Toimittajalle toivottu hyöty voi tarkoittaa journalistisesti ansiokasta ja luotettavana pidettyä juttua, lähteelle mahdollisuutta edistää omaa agendaansa ja asemaansa.

Yleensä eri lehtien lähdekäytännöt ovat hyvin vakiintuneita. Ne lähteet, joilla on poliittista tai taloudellista valtaa, pystyvät vaikuttamaan eniten journalisteihin ja journalistisiin sisältöihin. Heillä on resursseja palkata tiedottajia ja ammattilaisia, jotka tuntevat mediarutiinit. Mediarutiinien tuntemus puolestaan auttaa muovaamaan ja ajoittamaan viestin siten, että sen läpimenomahdollisuudet ovat parhaat mahdolliset. Ylipäättään journalistit käyttävät lähteinä eniten virallisia ja organisaatiopohjaisia lähteitä, koska nämä tahot ovat helposti tavoitettavissa. Lisäksi toimittajilla on taipumus pitää virallisilta lähteiltä tulevaa tietoa tärkeänä ja

totuudenmukaisena. Lähteen aseman lisäksi lähteen persoonallisuus voi vaikuttaa siihen, kuinka paljon palstatilaa lähde saa. Ulospäin suuntautuneisuus ja uskottavuus tuovat usein lisää julkisuutta. (Shoemaker & Reese 1996, 180-182).

PR-toiminta voi olla myös tehokas lehtitalojen ulkopuolinen vaikuttaja. Eri intressiryhmät järjestävät kampanjoita ja tapahtumia median huomion saamiseksi. Järjestetyt tapahtumat ovat helppoja 'uutisia' journalisteille, sillä jutun sisältö ja ajankohta on jo etukäteen tiedossa. Lisäksi monet tahot, kuten vaikka sanomalehden ilmestymisalueella sijaitsevat kunnat ja yritykset, pyrkivät pitkäjänteisesti viljelemään hyviä suhteita lehteen, jotta uutisointi heistä olisi mahdollisimman myönteistä.

Yleisö ja mainostajat ovat mediaorganisaatioiden kohderyhmät. Mediasisältöjä tuotetaan yleisölle, joka puolestaan houkuttelee mainostajia ostamaan mainostilaa lehdestä. On selvä, että molemmat tahot vaikuttavat lehden sisältöön. Kaupallisen median ydinajatushan on tehdä sisältöjä, joista yleisö on kiinnostunut ja halukas maksamaan. Samalla media on kiinnostunut tavoittamaan juuri sitä yleisöä, josta mainostajat ovat valmiita maksamaan kaikkein eniten. Voiton tavoittelun korostuessa myös mainostajien vaikutus sisältöön korostuu. Jotkut mediatutkijat, kuten esimerkiksi James T. Hamilton, selittävätkin uutisten ja journalismin sisältöä pitkälti taloudellisista näkökohdista käsin. Kirjassaan *All the news That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information Into News* (2004) Hamilton kuvaa uutisten talousteoriaa, jossa markkinat ja kannattavuus säätelevät uutistarjontaa. Jos kannattavuuden parantaminen nousee lehden ykköstavoitteeksi, on selvä, että mainostajien toiveita lukijoiden profiilista ja lehden sisällöstä kuunnellaan herkällä korvalla. Esimerkiksi teemaliitteet ja -sivut saattavat olla hyvä keino houkutellessa enemmän mainostajia ja mainostajia kiinnostavia lukijaryhmiä.

Valtiovalta ohjaa lainsäädännöllä tiedonvälityksen rajoja, ja on siten portinvartija sen suhteen, mitä on laillista julkaista. Suomessa tiedonvälityksen pohjana on laki sananvapaudesta. Laki takaa sen, että valtiolla tai millään muulla taholla ei ole oikeutta puuttua vapaaseen tiedonvälitykseen. Tiedonvälityksen vastuullisuutta säädellään kuitenkin erikseen. Tällaisia säädöksiä ovat muun muassa oikeus vastineeseen, velvoite virheellisen tiedon korjaamiseen ja päätoimittajan

oikeudellinen vastuu julkaisun sisällöstä. Lisäksi lait yksityisyydensuojasta ja kunnianloukkauksesta asettavat rajoja sille, mitä saa julkaista ja mitä ei. Heikki Kuutin, Riitta Sokan ja Pasi Nevalaisen (2010, 28) mukaan suomalainen printtimedia on perinteisesti ollut hyvin vapaa valtiollisesta sääntelystä ja perustunut enemmänkin vahvaan itsesääntelyyn. Toisaalta yli lakia tulkitseva elin, korkein oikeus, on ottanut Suomessa tiukemman linjan yksityisyydensuojan piiriin kuuluvien asioiden suhteen moniin muihin maihin verrattuna (Kuutti et al. 2010, 30).

On mielenkiintoista tutkia, millä tavalla nämä toimituksen ulkopuoliset voimat ovat esillä palaverissa. Voisi kuvitella, että esimerkiksi lähteet ja lukijat ovat jossakin määrin keskustelun aiheina. Sitä vastoin, mainostajien ja lainsäädännön rooli on sen verran epäsuora, että niiden vaikutusta aamupalaverin kulkuun on hankala arvioida. Toisaalta, joskus toimituksissa saatetaan käydä tiukkojakin pohdintoja siitä, aiheuttaako jonkun jutun julkaiseminen ongelmia esimerkiksi yksityisyydensuojan kannalta. Niissä tapauksissa lainsäädäntö on varsin auktoriteettinen portinvartija.

2.6 IDEOLOGIA MÄÄRITTÄÄ NORMAALIN JA EPÄNORMAALIN

Ideologian tason portinvartijuuden ytimessä on pohdinta siitä, kenen ja millaisia arvoja media uusintaa ja ylläpitää. Vallitsevalla ideologialla tarkoitetaan niitä koko yhteiskunnan läpäiseviä arvoja, joiden varassa yhteiskunta toimii ja joita ei kyseenalaisteta kovinkaan herkästi (Shoemaker & Reese 1996, 222). Suomessa tällaisia arvoja voivat olla esimerkiksi liberaali demokratia ja kapitalistinen, joskin säännelty markkinatalous.

Usein ideologisten kysymysten tutkimisen taustalla on marxistinen ja kriittinen lähestymistapa. Yhteiskunnan eri ryhmien ja luokkien nähdään kamppailevan ideologisesta vallasta. Ne, joilla on eniten poliittista ja taloudellista valtaa, voittavat kamppailun. Myös median ideologiaa tutkitaan vallan ja luokkaerojen näkökulmasta. Median ideologian tutkimuksessa keskeistä ovat kysymykset siitä, kenen ideologiaa media välittää ja millä tavalla mediarutiinit nivoutuvat osaksi vallitsevan ideologian uusintamista.

Yhteiskunnallisen vallan ja ideologian jakaantumisesta on kahdenlaisia tulkintoja. Pluralistisessa mallissa yhteiskunnallinen valta nähdään moneen suuntaan jakautuneeksi ja siten toinen toistaan tasapainottavaksi vallaksi. Kriittisempi tulkinta näkee yhteiskunnallisen vallan yhtenäiselle eliitille keskittyneeksi. Näiden kahden tulkinnan mukaan voidaan arvioida myös median roolia joko moniäänisenä eri vaihtoehtojen esittäjänä tai eliitin ideologian juoksupoikana. (Shoemaker & Reese 1996, 228). Yksi tunnetuimpia kriittisen tulkinnan edustajia on Noam Chomsky, jonka mukaan (1988, teoksessa Shoemaker & Reese 1996, 234) media on vallitsevan taloudellisen ja poliittisen eliitin palvelija monen eri kytköksen kautta. Näitä kytköksiä ovat esimerkiksi median keskittynyt kapitalistinen omistajuus, mainokset tärkeimpänä tulolähteenä ja vakiintunut lähdekäytäntö, jossa valtiovallan asiantuntijat ja virkamiehet saavat luotettavan ja neutraalin lähteen aseman.

Yksi keskeisimpiä median tehtäviä vallitsevan ideologian ylläpitäjänä on sosiaalisen kontrollin ja integraation ylläpitäminen. Tätä tehtävää media harjoittaa jakamalla tapahtumat normaaleihin ja poikkeaviin. Mediatutkija Daniel Hall (1986, teoksessa Shoemaker & Reese 1996, 227) jakaa journalistisen maailman kolmeen kehään; konsensuksen kehään, oikeutettujen (laillisten) kiistakysymysten kehään ja poikkeavuuden kehään. Hallin mukaan journalistit paikantavat uutisaiheet näiden kolmen kehän sisälle ja suhteuttavat asennettaan ja raportoinnin tapaansa paikannuksen mukaiseksi. Konsensuksen alueella journalistit eivät koe tarvetta esittää monipuolisia näkökantoja tai pysytellä neutraalina havainnoijana, koska asiaan tai uutiseen ei oleteta voivan olla useampia näkökantoja. Näiden asioiden luonteesta ja itsestäänselvyydestä vallitsee siis laaja yksimielisyys. Oikeutettujen kiistakysymysten alueella toimittaja ottaa puolestaan objektiivisen ja kiistakysymyksen eri näkökohdista tasapainoisesti raportoivan ammattilaisen asenteen. Poikkeavuuden kehän alueelle kuuluvat asiat ja tapahtumat, jotka ovat yhteiskunnallisen valtavirran ulkopuolella. Tälle kehälle kuuluvien asioiden raportoinnissa journalisti ei koe tarvetta pysyä neutraalina, vaan ottaa tuomarin roolin, jonka tehtävä on asettaa hyväksyttävän konfliktin rajat. Hallin mallin olennaisin kysymys kuuluukin, kuka tai mikä asettaa rajat eri kehien välille. Jokainenhan toivoisi oman ideologiansa kuuluvan journalistisen konsensuksen kehälle.

Ideologian käsite on sen verran abstrakti ja epämääräinen, että sen portinvartijan roolia aamupalavereissa lienee hyvin vaikea hahmottaa yksioikoisesti. Samalla ideologinen ulottuvuus on mielestäni kuitenkin hyvin tärkeää pitää mielessä tämän tutkimuksen tuloksia analysoitaessa. Esimerkiksi yllä esitelty Daniel Hallin kehittämä kehämalli journalistien asenteesta voi olla huomionarvoinen näkökulma myös aamupalaverien kulkua tutkittaessa.

2.7 PORTINVARTIJUUDEN UUDET TUULET DIGIAJALLA

Uusin ulottuvuus portinvartijuuden tutkimisessa on digitaalinen media. Monet tutkijat (esim. Bruns 2005) ovat väittäneet perinteisen portinvartijamallin sopivan huonosti interaktiivisen online-median aikakauteen, jossa kuka tahansa voi julkaista mitä tahansa. Samalla tutkijat ovat pyrkineet määrittelemään portinvartijuutta uudelleen. Axel Bruns (2005) käyttää termiä *gatewatching* (portin tarkkailu) perinteisen *gatekeeping* portinvartijatermin rinnalla tai korvikkeena. Hänen mukaansa termi *gatewatching* kuvaa paremmin Internetissä tapahtuvaa portin vartiointia, koska siellä olennaiseksi toimittajan tehtäväksi jää lähteiden ja muiden uutissivustojen tarkkailu ja olennaisimman sisällön tunnistaminen (Bruns 2005, 17). Muut perinteiset portinvartijuuden osa-alueet, kuten rajallinen tila ja aika, toimitusrutiinit ja -käytännöt sekä osastojako, voidaan ohittaa digitaalisessa mediassa. Poliitikot ja muut vallanpitäjät voivat pitää suoraan yhteyttä äänestäjiinsä ilman, että toimittaja toimii välikätenä ja suodattajana. Lisäksi yhä useampi nettisivu ja uutisportaali käyttää automaattisia hakuohjelmia uutisisällön etsimiseen, valikoimiseen ja muokkaamiseen (Bruns 2005, 14).

Kaiken kaikkiaan käsitys portinvartijuudesta on muuttunut yhä monimutkaisemmaksi ja moniulotteisemmaksi näiden 50 vuoden aikana, kun median portinvartijuutta on tutkittu. Shoemakerin ja kumppaneiden mukaan "*Kerran yksinkertaisena pidetyn teorian on havaittu kuuluvan monimutkaisimpiin joukkoviestinnän teorioihin*" (2001, 242). Kirjoittajan suomennos.⁴ Käsitteen monimutkaistuminen ei kuitenkaan tee sen tutkimisesta yhtään sen hyödyttömämpää

⁴ Alkuperäinen teksti: A theory that was once seen as simplistic is revealed to involve one of the more complex processes in mass communication.

kuin aikaisemmin, pikemminkin päinvastoin. Uutisten syntyprosessien tutkiminen sekä perinteisessä että verkkomediassa on yhä ajankohtaista. Näitä prosesseja tutkimalla voi löytää perusteltuja vastauksia esimerkiksi siihen, onko Apusen esittämä vaatimus toimittajien puoluekantojen selvittämisestä tieteellisesti pätevä, tai siihen, miten uusmedia muuttaa toimittajan ja toimitusten asemaa portinvartijana.

3 TOIMITUSKULTTUURI OHJAA TOIMITTAJAA

Aamupalaverien tehtävän hahmottamiseksi on tärkeää ymmärtää se laajempi konteksti, jonka osa aamupalaveri on. Konkreettisesti aamupalaverit ovat osa toimitusta ja toimitusrutiineja. Toimitukset puolestaan toimivat omanlaisen logiikkansa varassa. Tätä logiikkaa määrittelevät toimitustyön käytännölliset reunaehdot ja ne kulttuuriset ja ammatilliset olosuhteet, jonka varassa toimitusten päivittäistä työtä tehdään. Tämän logiikan keskeinen käsite on toimituskulttuuri. Tässä luvussa pohdin, mitä toimituskulttuuri on nykypäivän toimituksissa ja miten toimituskulttuuri heijastuu aamupalaverikäytäntöihin.

3.1 Arvot ja käytännöt toimituskulttuurin muovaajina

Toimituskulttuuri käsitteenä tarkoittaa niitä käytäntöjä, arvoja ja periaatteita, joiden pohjalta toimitusten päivittäinen työ tapahtuu. Toimituskulttuuriin vaikuttavat käytännölliset seikat, kuten deadlinet ja resurssit, sekä ideologiset seikat, kuten organisaation ja sen työntekijöiden arvot, periaatteet ja traditiot. Lisäksi toimituskulttuuriin vaikuttavat laajemmat historialliset ja yhteiskunnalliset kehityskulut. Toimitustyön ja toimituskulttuurin lähtökohtien ymmärtämiseksi on olennaista havaita toimituksen kaksoisrooli (Penttilä 2001, 22). Toisaalta toimitus on osa sanomalehden kokonaisorganisaatiota, ja siten sen tehtävä kaupallisessa tiedonvälityksessä on tuottaa mahdollisimman paljon voittoa omistajilleen. Toisaalta taas toimituksen journalistisiin periaatteisiin nojautuva tehtävä on toimia monipuolisena ja tasapainoisena tiedonvälittäjänä. Tämä kaksoisrooli luo kestävän jännitteen toimitusten arkipäivään. Tämän jännitteen takia toimittajat samaistuvat yleensä vahvasti journalistiseen kulttuuriin ja periaatteisiin. Ne tarjoavat perustellun vastavoiman organisaation taloudelliseen logiikkaan pohjautuvalle ajattelulle.

Journalistiset periaatteet ovat yksi toimituskulttuurin pilareista. Ne ovat toimittajien omaksuma eettinen säännöstö, joka mahdollistaa sen, että yleisö voi edes jossakin määrin luottaa yksittäisen yrityksen tarjoamaan versioon maailman tapahtumista. Ari Heinonen (1996, 88) puhuu journalistien ammattikunnan kollektiivisesti omaksumasta journalismin tavoitetasosta, jolla journalistit arvioivat omaa ja toistensa

työtä. Arviointi pohjautuu journalistin ohjeiden lisäksi ammatilliseen koulutukseen ja toimittajien keskinäiseen kanssakäymiseen. Journalistin ohjeet ovat Journalistiliiton laatima ohjeisto, joka määrittää alan pelisäännöt ja painottaa vastuullisen tiedonvälityksen vapautta. Journalistin ohjeissa perätään esimerkiksi yksityisyyden kunnioittamista, tiedonhankinnan rehellisyyttä ja lähdesuojaa. Lisäksi toimittajat odottavat journalismilta muun muassa demokratian edistämistä, totuudellisuutta ja tasapuolisuutta.

Journalististen periaatteiden lisäksi toimituskulttuuria määrittelevät toimitusten työprosessien rutiinit. Päivi Kuusisto ja Esa Sirkkunen (1999, 19-21) kuvaavat toimitusten työprosessia kolmevaiheiseksi. Prosessi alkaa jutun tai uutisen ideoimisesta ja aiheen valinnasta. Kuusiston ja Sirkkusen mukaan aiheiden ideointi on ensisijaisesti uutispäälliköiden työtä. Aiheita ideoidaan usein myös aamupalavereissa ja muissa toimituksen kokoontumisissa, mutta uutispäälliköillä on lopullinen vastuu ideoinnista. Toinen vaihe on juttujen toteutus. Toimittaja hankkii tietoa, haastattelee lähteitä tai käyttää kirjallista materiaalia, ja kirjoittaa jutun. Toimitustyön kolmas vaihe on prosessin kontrollointi. Useimmiten toimitussihteeri hoitaa kontrollon, eli tarkastaa, että juttu vastaa sovittua ja huolehtii sen taitosta sivulle. Tämä Kuusiston ja Sirkkusen kuvaus toimituksen työprosessista on luonnollisesti vain suuntaa antava. Monet toimittajista hoitavat myös jutun ideoinnin ja kontrollon, ja toisaalta sekä uutispäällikkö että toimitussihteeri saattavat myös kirjoittaa juttuja. Lisäksi juttujen toteutukseen osallistuu usein esimerkiksi valokuvaaja, graafikko ja taittaja. Kuusiston ja Sirkkusen jako kuvastaa kuitenkin hyvin toimitustyön sosiaalista ja kollektiivista luonnetta, mikä on ominaista ainakin suuremmille toimituksille. Jutun kirjoittava toimittaja on vain yksi osa palapeliä.

Yksi toimituskulttuurin palikoista on toimittajan työn luonne. Työorganisaationa toimitusta voi hyvin kuvailla tyypilliseksi asiantuntijaorganisaatioksi. Asiantuntijaorganisaatiossa perinteinen työnjako suunnittelevaan ja suorittavaan portaaseen hämärtyy, eivätkä ammatilliset hierarkiat ole kovin näkyviä. Asiantuntijaorganisaatiota voi luonnehtia palveluorganisaatioksi, joka tuottaa pitkälle erikoistuneita palveluja ja jonka henkilöstö koostuu pääasiassa korkeasti koulutetuista asiantuntijoista. Tällaiset asiantuntijat työskentelevät monilla työn tasoilla. Tavallisen työntekijän roolin lisäksi he haluavat osallistua työn

suunnitteluun, ohjaavat työtään itse ja tietysti myös tekevät sen. (Sipilä 1991, 27-31).

Asiantuntijuus kuvaa hyvin toimittajan roolia, sillä ideointi ja suunnittelu on osa toimittajan työtä siinä missä suorittava työkin, eli juttujen kirjoittaminen. Tällainen joustava työnkuva mahdollistaa kaikkien työntekijöiden potentiaalinen hyödyntämisen, mutta tuo myös haasteita johtamiseen ja työn päivittäiseen organisointiin. Esimerkiksi jos kaikkien oletetaan ideoivan tulevia juttuja, voi olla, että lopulta kukaan ei ideoi. Asiantuntijaorganisaatiossa yksittäisen asiantuntijan, eli toimituksissa toimittajan, tärkeys korostuu, koska häntä ei voi helposti korvata vastaavalla työntekijällä. Asiantuntija tekee työtä yksilöllisten tietojensa ja taitojensa avulla, joita välttämättä kenelläkään muulla edes esimiesportaassa ei ole.

Toisaalta toimittajan tai minkään muun ammattikunnan kuvaaminen asiantuntijaorganisaatioksi on ehkä turhankin jalustalle nostavaa. Kuitenkin asiantuntijuuden kriteerit voivat liittyä jokaiseen työhön, ja jokainen kokenut työntekijä on oman alansa asiantuntija. Lisäksi uutisten ja muiden juttujen tuotanto on muuttumassa koko ajan tehokkaammaksi ja teollisemmaksi (esim. A-P. Pietilä, 2007). Tällainen uutisteollinen tuotantotapa saattaa liu'uttaa toimittajan työtä vähä vähältä perinteisen liukuhihnatyöntekijän suuntaan.

Joka tapauksessa toimittajan asiantuntijarooli on edelleen tärkeä osa toimituskulttuuria ja toimituksen ilmiöpiiriä. Hierarkkisten suhteiden korostamisen sijaan toimitusorganisaatiota luonnehtii sana epävirallisuus (esim. Penttilä 2001). Jokaista työntekijää arvostetaan hänen journalististen taitojensa ja meriittäensä perusteella, ei aseman perusteella. Tämä näkyy aamupalavereissa esimerkiksi siinä, että kaikilla on oikeus ja velvollisuus osallistua keskusteluun.

3.2 Työyhteisöön sosiaalistuminen

Toimituskulttuuriin liittyy vahvasti ammatillisen sosiaalistumisen käsite. Shardlow (2009, 20) lainaa Cohenin (1981, 14) paljon käytettyä määritelmää ammatillisesta sosiaalistumisesta, jonka mukaan:

”Ammatillinen sosiaalistuminen on monimutkainen prosessi, jolla henkilö hankkii ne tiedot, taidot

ja ammatillisen identiteetin, jotka ovat ominaisia ammattikunnan jäsenille. Ammatillinen sosiaalistuminen sisältää sen, että yksilö sisäistää ammattikunnan arvot ja normit osaksi omaa käyttäytymistään ja minäkuvaa.” Kirjoittajan suomennos.⁵

Ammatillinen sosiaalistuminen tarkoittaa siis sitä, että ammatista tulee osa henkilön persoonallisuutta myös käyttäytymisen ja asenteiden tasolla. Ammatillinen sosiaalistuminen muokkaa myös journalisteja. Hemanuksen (1990, 45) mukaan journalismi onkin syvimmissä mielessä sosiaalinen ilmiö, sillä jokainen toimittaja sosiaalistetaan toimituksissa sekä talon omiin että yleisemmin yhteiskunnallisesti hyväksytyihin journalismin arvoihin, päämääriin ja käytäntöihin.

Vasta valmistuneiden toimittajien ammatti-identiteettiä tutkinut Mignon Shardlow (2009, 99) toteaa, että toimittajien sosiaalistuminen toimitukseen ja toimituskulttuuriin alkaa yliopistossa⁶ ja jatkuu kiihtyvällä tahdilla ensimmäisessä työpaikassa. Shardlow käyttää termiä *hack capital* (vapaasti suomennettuna pärjäämispääoma) kuvaamaan sitä, millä tavalla aloittelevat toimittajat sisäistävät vähitellen ammatin ja organisaation asettamat ammatillisuuden vaatimukset. Australialaisessa väitöskirjatutkimuksessaan Shardlow määrittelee neljä ammatillisuuden ulottuvuutta, jotka toimittajan täytyy hallita tunteakseen itsensä täysivaltaiseksi toimituksen jäseneksi. Toimittajasta tulee ammatillainen vasta kun hän on sisäistänyt ammatin käytännölliset, sosiaaliset, organisaatiolliset ja ideologiset ulottuvuudet. Tämä ammatillisen identiteetin muodostus tapahtuu Shardlowin mukaan erityisesti sosiaalistumisen kautta. (Shardlow 2009, 99-104).

Voisi ajatella, että aamupalaverit ovat yksi tärkeimpiä toimituksen päivärutiineja, joissa sosiaalistuminen tapahtuu. Aamupalaveri on usein päivän ainoa hetki, kun toimittajat ovat joukkona koolla. Aamupalavereissa käydään läpi päivän listaa ja mietitään, mitkä asiat sinä päivänä ovat uutiseksi nostamisen arvoisia ja missä laajuudessa. Toimituksen uusin tulokas oppii varsin pian, mitkä ovat juuri siinä toimituksessa hyväksytyjä uutisaiheita, miten ideoita esitetään ja kuka ylipäänsä

5 Alkuperäinen teksti: “Professional socialisation is the complex process by which a person acquires the knowledge, skills, and sense of occupational identity that are characteristic of a member of that profession. It involves the internalisation of the values and norms of the group into the person's own behaviour and self-conception.” Cohen, H. A. (1981). *The nurse's quest for a professional identity*. Menlo Park, CA: Addison-Wesley.

6 Shardlow'n väitöskirjatutkimuksen aineisto perustui australialaisten journalistiikan yliopisto-opiskelijoiden haastatteluihin opiskeluaikana ja ensimmäisissä työpaikoissa.

tekee päätöksiä ja keskustelunavauksia palaverissa.

3.3 Kohti suunnittelevaa ja editoivaa työskentelytapaa

Monissa aikakauslehdissä ja kasvavissa määrin myös sanomalehdissä ollaan siirtymässä yksilöllisestä työskentelytavasta tiimityöhön. Tätä tiimityötä Merja Helle ja Maija Töyry (Helle 2010, 169) kutsuvat suunnittelevaksi ja editoivaksi työtavaksi.

Perinteisessä yksilöllisessä työtavassa yksittäinen toimittaja on keskeisessä asemassa. Jutun kirjoittamisen lisäksi toimittaja on yleensä myös ideoinut ja editoinut juttunsa itse ja nauttinut siten korkeaa journalistista vapautta. Suunnittelevassa ja editoivassa toimituksessa jutun kokoaminen on pitkäjänteisempää tiimityötä. Tiimityössä juttujen suunnitteluun saa paljon ohjausta, ja ylipäätään juttuja mietitään tarkemmin ja pitemmällä tähtäimellä. Juttujen editointi on mukana työprosessin jokaisessa vaiheessa, ja myös palautteen antaminen on systemaattista. Tiimityössä yksi toimittaja ei tee kaikkea, vaan työtehtävät on jaettu. Lukijoiden tarpeiden ja kiinnostuksenkohteiden tunteminen on jutunteon ja ideoinnin perusta. Suunnittelevan ja editoivan toimituksen erityisajatus on pysyvä laatu. Tiimityötä korostetaan avokonttorilla, jossa toimittajat ja esimiehet istuvat samassa tilassa ja näin ollen tiedonkulku on mahdollisimman helppoa ja mutkatonta. (Helle 2010, 170-171).

Siirtymistä suunnittelevaan ja editoivaan työskentelytapaan perustellaan sillä, että se takaa lehden sisällön laadukkuuden päivästä toiseen. Sen ajatellaan tuottavan parempaa ja kiinnostavampaa journalismia lukijoiden näkökulmasta (Helle 2010, 171). Tämä on tietenkin hyvin tavoiteltava seikka tilanteessa, jossa kilpailu lukijoiden huomiosta kiristyy alati. Tämän takia on odotettavissa, että suunnitteleva ja editoiva tiimityöskentely lisää suosiotaan myös maakuntalehdissä. Avokonttorit työskentelytilana ovat rantautuneet jo maakuntalehtiinkin. Esimerkiksi Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa on osittaiset avokonttorit.

Työn uudelleen organisoinnin lisäksi uudenlainen viestintäteknologia muokkaa toimituskulttuuria. Toimittajilta vaaditaan monimediataitoja.

Sanomalehtitoimittajienkin täytyy hallita perinteisen lehtikirjoittamisen ohella ainakin materiaalin tuottaminen reaaliaikaisena verkkoon. Lisäksi ulkoasu ja

visuaalinen osaaminen ovat yhä tärkeämpiä palasia journalistisessa työssä (Helle 2009, 99).

Suunnittelevaan ja editoivaan työtapaan liittyvä ajatus lukijalähtöisyydestä muokkaa myös toimituskulttuuria ja toimittajien suhtautumista työhönsä. Töyryn ja Helteen (2008) mukaan toimittajat asettavat usein mallilukija-ajattelun ja lukijalähtöisyyden vastakkain perinteisen asiajournalismin ja tärkeistä asioista kertomisen kanssa. Myös Shoemaker ja Reese (1996, 117) toteavat, että perinteisesti median ammattilaiset viettävät varsin vähän aikaa yleisöä ja sen kiinnostuksenkohteita ajatellen. Heidän mukaansa monilla toimittajilla on jopa hieman epäluuloinen asenne yleisöään kohtaan. Esimerkiksi ne lukijat, jotka ottavat aktiivisesti yhteyttä toimittajiin ja toimitukseen, leimataan helposti oudoiksi tai hankaliksi tyypeiksi. Shoemakerin ja Reesen mukaan journalistit kirjoittavatkin juttunsa ensisijaisesti itselleen, esimiehilleen ja toisille journalisteille (1996, 117).

Joka tapauksessa uudenlainen journalismi ja uudenlaiset työtavat vaativat myös toimittajien asenteiden muuttumista. Esimerkiksi Jaana Hujanen (2009,113) mukaan ihmisläheisyyden ja lukijalähtöisyyden vaatimus on jo nyt tuttu käsite sanomalehtien toimituksissa. Hujanen tarkastelee ihmisläheisyyden vaatimusta sekä kaupallisuuden että julkisen palvelun näkökulmasta. Hänen mukaansa nämä kaksi lähestymistapaa kilpailevat siitä, kumpi määrittää journalismin muutosta ja sitä kautta toimittajan työtä ja sen tavoitteita (2009, 113). Markkinaehtoisessa journalismissa ihmisläheisyys tarkoittaa juttujen myyvyyttä. Tällaisessa journalismissa lukija on kuluttaja, jonka tarpeiden ja halujen mukaan toimittajat kirjoittavat juttunsa. Julkisen palvelun näkökulmasta ihmisläheisyys tarkoittaa lukijan kokemusten, tietojen ja kysymysten kertomista julkisuuteen. Yhteiskunnallisen journalismin projektissa journalismin velvollisuus on antaa lukijoille tietoa, kertoa lukijoiden omista kokemuksista ja aktivoida heitä osallistumaan. (Hujanen 2009, 116-123).

Kaikki nämä yhteiskunnan, journalismin ja journalismin tekemisen muutokset heijastuvat myös toimituskulttuuriin ja sitä kautta aamupalavereihin. Suunnitteleva ja editoiva työskentelytapa muuttaa journalistista työprosessia esimerkiksi siten, että editoinnista tulee osa jokaista työvaihetta. Lisäksi yksittäisen toimittajan vapaus kirjoittaa mitä huvittaa rajoittuu etukäteissuunnittelun ja yleisölähtöisyyden takia.

Myös aamupalaverin rooli päivittäisen juttutarjonnan portinvartijana vähenee, jos aiheet suunnitellaan pääosin jo aikaisemmin. Kokonaisuudessaankin suunnitteleva ja editoiva työtapo muokkaa toimitusten portinvartijuutta. Valmiit juttuformaattit lisäävät ne asettaneen organisaation portinvartijavaltaa. Samalla tavoin tiukentunut kontrolli ja editointi lisäävät organisaation ja esimiestason valtaa portinvartijana. Lisäksi korostunut lukijalähtöisyys siirtää portinvartijavaltaa toisaalta lukijoille ja toisaalta niille mekanismeille, joiden avulla lukijoiden tarpeita ja kiinnostuksenkohteita tutkitaan (esim. Risc-analyysi).

4 AINEISTO

4.1 Esittelyssä Etelä-Saimaa, Savon Sanomat ja Keskisuomalainen

Kaikki tässä tutkimuksessa mukana olevat lehdet ovat poliittisesti sitoutumattomia maakuntalehtiä. Maakuntalehti tarkoittaa maakuntakeskuksissa ilmestyvää suurta sanomalehteä. Iso osa maakuntalehdistä on oman maakuntansa ykkössanomalehtiä. (Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 66-67).

Sanomalehti Etelä-Saimaa on levikiltään ja toimituksen kooltaan tutkimuksen pienin maakuntalehti. Vuonna 2009 sen tarkastettu levikki oli noin 31 000⁷. Etelä-Saimaa ilmestyy Lappeenrannassa ja sen pääasiallinen levikkialue on Lappeenranta, Imatra, Lemi, Luumäki, Parikkala, Rautjärvi, Ruokolahti, Savitaipale, Suomenniemi ja Taipalsaari.

Etelä-Saimaata kustantaa Sanoma Lehtimedia Oy, joka kuuluu Sanoma News-konserniin. Muita Sanoma Lehtimedia Oy:n maakuntalehtiä ovat Kymen Sanomat ja Kouvolan Sanomat, joiden kanssa Etelä-Saimaa tekee tiivistä yhteistyötä. Lehdillä on yhteinen vastaava päätoimittaja, Pekka Lakka, ja lisäksi lehdillä on yhteistoimitus, jossa tehdään juttuja kaikkiin kolmeen lehteen. Etelä-Saimaan toimituksen koko on vajaat 50 henkilöä. Sanoma Lehtimedia Oy:n maakuntalehtien yhteistoimituksessa työskentelee lisäksi kahdeksan henkilöä. Päivittäistä uutistyötä johtaa uutispäällikkö ja päivän vuoropäällikkö, erillisiä toimituspäälliköitä Etelä-Saimaassa ei ole. Toimitusosastoja Etelä-Saimaassa ovat uutiset, aluetoimitus, feature, talous-politiikka ja urheilutoimitus. Feature-osasto tuottaa pääasiassa kulttuuri- ja päiväryisiviä.

Tutkituista sanomalehdistä suurin on Jyväskylässä ilmestyvä, mutta koko Keski-Suomen alueelle levittyvä Keskisuomalainen. Vuonna 2009 sen tarkastettu levikki oli vajaat 72 000. Keskisuomalainen ja Savon Sanomat kuuluvat samaan Keskisuomalainen Oyj -konserniin. Lehden päätoimittajana toimii Pekka Mervola. Lisäksi lehden johtoon kuuluvat varapäätoimittaja, uutispäällikkö ja verkkoliiketoiminnan päällikkö. Toimituksen vahvuus on noin 70 henkilöä. Lisäksi

⁷ (<http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php>)

lehdellä on kaksi yhteistoimitusta muiden lehtien kanssa. Väli-Suomen Median Sunnuntaisuomalainen tuottaa sunnuntaisivut Ilkkaan, Karjalaiseen, Keski-suomalaiseen, Pohjalaiseen ja Savon Sanomiin. Väli-Suomen Median, Turun Sanomien ja Kalevan yhteistoimitus Helsingissä puolestaan tuottaa valtakunnallisia uutisia. Keski-suomalaisen osastoja ovat kotimaa, Jyväskylän seutu, aluetoimitukset, verkkotoimitus, pääkirjoitustoimittajat, talous, ulkomaat, B-osa, kulttuuri, urheilu ja teema- ja liitetuottajat.⁸

Kuopiossa ilmestyvän Savon Sanomien levikki vuonna 2009 oli noin 64 000. Lehden päätoimittajana/toimitusjohtajana toimii Jari Tourunen. Lisäksi toimituksen johtoon kuuluu kaksi toimituspäällikköä ja viisi uutispäällikköä. Toimituksen koko on vajaat 70 henkilöä, lisäksi lehdellä on kaksi yhteistoimitusta yhteistyössä muiden maakuntalehtien kanssa (sunnuntaisuomalainen ja yhteistoimitus Helsingissä). Toimitusosastot Savon Sanomissa ovat uutistoimitus, artikkelitoimitus, verkkotoimitus, yhteiskuntatoimitus, ajankohtaistoimitus, urheilu, teematoimitus ja aluetoimitus. Lisäksi toimituksen vahvuuteen kuuluvat kuvaajat ja graafikot, taittavat toimittajat ja arkistonhoitajat, kuten Keski-suomalaisessa ja Etelä-Saimaassakin.⁹

4.2 Aineiston rajauksesta ja valinnoista

Tutkimusaineistoksi kertyi yhteensä 28 havainnoitua aamupalaveria ja 16 toimittajien haastattelua. Etelä-Saimaassa havainnoin yhdeksää aamupalaveria, joista neljä oli toimituksen esimiesten palaveria, kolme uutisosaston palaveria, yksi politiikka-taloulosaston palaveri ja yksi yhteistoimituksen palaveri. Keski-suomalaisessa havainnoin myös yhdeksää palaveria, joista viisi oli koko toimituksen yhteistä palaveria ja neljä kotimaan osaston palaveria. Savon Sanomissa havainnoin yhteensä kymmentä palaveria, joista viisi oli esimiesten palaveria, neljä kotimaan uutistoimituksen palaveria ja yksi yhteiskuntatoimituksen palaveri. Tallensin diginauhurilla ja litteroin kaikki muut palaverit paitsi Etelä-Saimaan talous-

⁸ www.ksml.fi.

⁹ www.savonsanomat.fi

politiikkaosaston palaverin ja Keskisuomalaisen kolme kotimaan osaston palaveria. Näistä palavereista tein mahdollisimman tarkat muistiinpanot, koska koin, että tallentaminen häiritsi havainnointitilannetta. Etelä-Saimaan talous-politiikkaosaston palaveri pidetään toimituksen kahvihuoneessa, jossa ihmisiä tulee ja menee koko ajan. Sen takia valitsin muistiinpanojen tekemisen nauhoittamisen sijasta, koska tallenteesta olisi tullut varsin epäselvä. Keskisuomalaisen kotimaan osaston palaverissa tallennuslaite ja tallentaminen saivat sen verran paljon huomiota, että päätin tehdä myöhemmistä palavereista pelkät muistiinpanot. Nämä neljä palaveria ovat tutkimusaineistossa mukana, mutta tietenkään en pysty analysoimaan palavereita samalla tarkkuudella kuin nauhoitettuja ja litteroituja palavereja.

Tallennettuja palavereita on siis yhteensä 24, joista kertyi litteroitua tekstiä noin 70 sivun verran. Palavereiden pituus vaihteli viidestä minuutista 25 minuuttiin. Pisimpiä olivat esimiesten tai koko toimituksen yhteiset palaverit, lyhimpiä uutistoimitusten omat palaverit. Valitsin pääasiallisiksi havainnointipalavereiksi koko toimituksen (Keskisuomalaisessa) tai osastojen esimiesten (Etelä-Saimaassa ja Savon Sanomissa) palaverit sekä uutisosaston palaverit. Muiden osastojen aamupalavereita seurasin vain muutamia, koska eri osastojen aamupalaverikäytännöt vaihtelevat, eikä joka tapauksessa olisi kyennyt seuraamaan niitä kattavasti valitun havainnointijakson aikana. Jotkut osastot pitävät omia aamupalavereita vain muutaman kerran viikossa tarpeen mukaan. Esimiesten aamupalaveri on mielestäni erittäin kiinnostava tutkimuskohde portinvartijuuden kannalta, koska tässä palaverissa tehdään kattavia uutisvalintoja ja linjauksia esimerkiksi lehden kannen ja pääuutisjuttujen suhteen. Olin myös kiinnostunut näkemään, millä tavalla potentiaaliset uutisjutut kulkevat esimiespalaverista uutisosaston palaveriin, siis riviuutistoimittajille, jotka tekevät varsinaisen uutisen.

Mielestäni kokoamani aineisto on suhteellisen riittävä tarvittavan analyysin ja johtopäätösten tekemiseen, sillä monet asiat toistuivat lähes kaikissa palavereissa. Aineiston rajauksessa käytin Jari Eskolan ja Juha Suorannan ohjetta siitä, että laadullisessa tutkimuksessa aineiston rajauksen kriteerinä voi pitää aineiston teoreettista kiinnostavuutta valitun tutkimusongelman ratkaisussa (1998, 65). Kolme eri sanomalehteä tuovat kolmen eri lehtiorganisaation ja toimituksen näkökulman aamupalaverikulttuuriin. Niiden perusteella pyrin nostamaan aineistosta esille asioita,

mitkä toistuvat suurimmassa osassa havainnoituja palavereita, eli selvittämään sitä, mitä aamupalaveri maakuntalehdessä oikeastaan pitää sisällään. Samalla kiinnitän huomiota palavereiden erityispiirteisiin. Tällä tavalla pyrin selvittämään, missä määrin palaverikäytännöt ovat erilaisia ja mistä erot johtuvat.

Haastatteluiden määrän rajauksessa käytin hyväksi kylläntymisen periaatetta. Aineiston kylläntyminen tarkoittaa sitä, että aineiston peruslogiikka ja sisältö alkaa toistua, eivätkä uudet tapaukset näytä tuottavan enää uutta tietoa tutkimusongelman kannalta (Eskola ja Suoranta 1998, 62). Lopetin uusien toimittajien haastattelemisen kun vastaukset alkoivat olla hyvin samansuuntaisia ja koin, että kaikki oleellimmat asiat toimittajien asenteista aamupalavereihin oli jo tullut esille.

Pitempi havainnointijakso ja useampi tutkittu lehti olisi tietenkin saattanut tuoda uusia näkökulmia aamupalaverikäytäntöihin. Pidän kuitenkin aineistonmäärää varsin riittävänä gradun laajuiseen työhön. Samalla työni voi avata mielenkiintoisia jatkokysymyksiä ja pohdintaa tulevaa tutkimusta varten. Havainnointi tutkimusmenetelmänä on työläs, mutta mielestäni varsin rikastuttava menetelmä myös journalismin tutkimuksessa. En usko, että olisin saanut samanlaisia tuloksia ja johtopäätöksiä pelkästään haastattelujen perusteella.

Havainnointiviikot tein marraskuussa 2010. Tein koehavainnoinnin Keski-suomalaisessa torstaina neljäs marraskuuta. Koehavainnoinnin perusteella päätin muun muassa nauhoittaa mahdollisimman monta havainnoiduista palavereista, sillä palaverit tilanteena ovat varsin kaoottisia, ja selvien muistiinpanojen tekeminen on hankalaa. Varsinaisen havainnointiurakan aloitin maanantaina 8.11. Etelä-Saimaassa. Seuraavan viikon eli viikon 46 olin havainnoimassa Keski-suomalaisessa ja viimeisen havainnointiviikon pidin viikolla 48 Savon Sanomissa. Kun sovin havainnointiajankohdista, pyrin varmistamaan sen, että havainnointiviikoilla toimituksissa ei tapahtuisi mitään kovin erityistä, jotta havainnointiviikoksi saisi mahdollisimman ns. normiviikon. Joissakin toimituksissa uutispäällikkö tai päätoimittaja oli lomalla koko viikon tai osan viikkoa, mutta se ei mielestäni haitannut, sillä on pikemminkin sääntö kuin poikkeus, että palaveri pidetään vaihtelevalla kokoonpanolla.

Toimituksissa minuun ja tutkimukseeni suhtauduttiin yleisesti ottaen positiivisesti. Kaikki ajattelemanani lehdet suostuivat tutkimuskohteeksi, ja myös haastateltavia oli varsin helppo saada. Olin pyytänyt uutis- tai vuoropäälliköitä kertomaan toimituksessa tutkimuksestani etukäteen, jotta en herättäisi kovin paljon hämmennystä. Sain kuitenkin melko paljon kyselyjä siitä, mitä ihmettä teen aamupalavereissa, koska kaikki eivät olleet lukeneet sähköpostia tai eivät muistaneet sitä. Yleensä palaverin vetäjä esitteli minut ja tutkimukseni lyhyesti ennen varsinaisen palaverin alkua, jos paikalla oli uusia ihmisiä. Palaverin kulkuun nauhoitus vaikutti varmasti jonkun verran, mutta en usko, että vaikutus oli kovin merkittävä. Jonkun verran osallistujat vitsailivat nauhoituksesta esimerkiksi kysymällä että saako nauhoitettua materiaalia käyttää pikkujouluissa tai että saako omia sanomisiaan korjailla tarvittaessa myöhemmin. Monissa palavereissa palaverin vetäjä huomautti nauhoituksesta palaverin aluksi tyyliin 'olemme edelleen tarkkailtavana'. Joissakin palavereissa palaverin vetäjä arvioi palaverin päätteeksi, kuinka tyyppillinen tai epätyypillinen palaveri oli ollut. Esimerkiksi Keskisuomalaisessa kotimaan uutistoimituksen palavereissa uutispäällikkö arvioi, että ideointia oli keskimääräistä vähemmän, koska monet toimittajat olivat täysillä keskittyneet Keskisuomalaisen juhlalehden tekemiseen¹⁰.

Litteroin nauhat melko tarkasti, mutta jätin pois täytesanoja (kuten niinku ja tuota), ja yhdistelin keskeneräisiä lauseita kokonaisiksi. Joissakin kohdissa tallenteesta oli vaikea saada selvää, sillä osallistujat puhuivat jonkun verran toistensa päälle. Kokonaisuudessa epäselvän puheen osuus jäi kuitenkin hyvin pieneksi.

¹⁰ Keskisuomalaisen 140-vuotisjuhlalehti, joka ilmestyi tammikuun alussa 2011. Juhlalehti oli 128-sivuinen erikoisnumero, jota tehtiin pitkin syksyä.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT

5.1 Havainnointi tutkimusmenetelmänä

Valitsin pääasialliseksi tutkimusmenetelmäksi havainnoinnin, koska sen avulla voin tutkia, mitä aamupalavereissa puhutaan ja mitä siellä tapahtuu aidossa ympäristössä. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2003, 202) mukaan havainnoinnin suurin etu on, että sen avulla voidaan saada välitöntä ja suoraa tietoa yksilöiden, ryhmien ja organisaatioiden toiminnasta. Pystyn tarkasti mittaamaan esimerkiksi palaverien kestoa ja puheenvuorojen ja -aiheiden määrää. Tällä tavalla saan mielestäni luotettavampaa tietoa kuin esimerkiksi pelkillä haastatteluilla. Nähdäkseni portinvartijuutta aamupalavereissa olisikin ollut hyvin hankala tutkia käyttämättä havainnointia.

Martti Grönfors (1982, 87-88) jakaa havainnoinnin neljään osallistumisen asteeseen. Näitä ovat havainnointi ilman varsinaista osallistumista, osallistuva havainnointi, osallistuva havainnointi eli toimintatutkimus ja piilohavainnointi. Itse sijoittaisin oman tutkimusmenetelmäni jonnekin osallistuvan havainnoinnin ja havainnoinnin ilman varsinaista osallistumista välimaastoon. Siinä mielessä havainnointini oli osallistuvaa, että olin läsnä aamupalaveritilanteessa ja kerroin aamupalaverien aluksi tutkimuksestani ja muutenkin vastasin kysymyksiin ja kommentteihin, joita minulle esitettiin palaverin alussa tai sen aikana. Muutoin pyrin olemaan mahdollisimman huomaamattomasti. Istuin yleensä palaverihuoneen nurkassa tai palaveripöydän sivussa, enkä osallistunut keskusteluun, ellei minulta erityisesti kysytty jotakin. Todenmukaisin tulos olisi varmastikin syntynyt piilohavainnoinnin avulla, mutta mielestäni se olisi ollut sekä epäeettistä että tarpeetonta.

Martti Grönforsin (2001, 127) mukaan osallistuva havainnointi kytkee saadun tiedon sen kontekstiin muita tutkimusmenetelmiä paremmin. Olemalla itse läsnä palavereissa pystyn analysoimaan puheenvuoroja ja muuta aamupalaverin kulkua niiden kontekstissa. Grönfors listaa havainnoinnin eduksi myös sen, että havainnointi tuo esiin varsinaisen käyttäytymisen, kun taas kysely tai teemahaastattelu paljastavat enemminkin ilmiöön tai asiaan liittyvät normit (2001, 127). Havainnointia

tutkimusmenetelmänä puolustaa myös Risto Kuneliuksen (1998, 213-215) huomio siitä, että journalismista ja journalistisesta työstä puhutaan sekä ihanteiden että arjen tasolla. Toimittajilla saattaa olla tapana koristella puheitaan, mutta havainnointi paljastaa paremmin arjen todellisuuden. Esimerkiksi haastatteleamalla olisi saanut selville sen, mitä toimittajat ja esimiehet ajattelevat aamupalavereista ja niiden portinvartijan roolista, mutta tämä ei välttämättä olisi vastannut täysin sitä, mitä palaveripöydän ympärillä todellisuudessa tapahtuu maanantaiaamuisin.

Havainnointia pääasiallisena tutkimusmenetelmänä puolustaa myös se, että toimituksissa suhtauduttiin varsin suopeasti havainnointiin, koska siihen ei kulu toimittajien työaikaa toisin kuin jos olisin pyrkinyt järjestämään massiivisia haastattelukierroksia.

Havainnoinnin huono puoli on, että se vie paljon aikaa muihin tutkimusmenetelmiin verrattuna. Perinteisesti havainnointia on käytetty silloin, kun halutaan yksityiskohtaista tietoa esimerkiksi jostakin vähän tunnetusta ihmisryhmästä tai ilmiöstä. Silloin havainnointiaika on helposti kuukausia tai jopa vuosia. Oman tutkimukseni havainnointi on varsin rajallista ja jopa pinnallista, sillä pyrin havainnoimaan toimituksen jäseniä tietyssä, tarkkaan määritetyssä tilanteessa. Silloinkin havainnoinnin pääpaino on puheen ja käytävän keskustelun analysoinnissa. Tällaista havainnointia voisi kuvailla enemmän sovelletuksi moderniksi etnografiaksi, joka voi olla lyhytkestoista ja jonka tutkimusvalikoimiin kuuluvat esimerkiksi haastattelut, dokumenttianalyysit ja lyhyet vierailut tutkimuskohteessa (Amit 1999 teoksessa Helle 2009, 93).

Havainnointimenetelmiä on kritisoitu myös siitä, että havainnoija saattaa häiritä tai jopa muuttaa havainnoitavaa tilannetta (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2003, 202). Tämän olen pyrkinyt pitämään mielessä tutkimustulosten analyysissa ja johtopäätösten tekemisessä. Lisäksi on tietenkin huomioitava, kuten Eskola ja Suoranta toteavat (2008, 102) että havainnointi on subjektiivista toimintaa. Havainnointia voivat ohjata havainnoijan omat ennako-oletukset, eikä havainnoitsija pysty huomaamaan kaikkea. Myös tulkintojen tekeminen esimerkiksi jonkin henkilön persoonasta tai tapahtuman ilmapiiristä on hyvin subjektiivista. Sen takia olen tehnyt varsin varovaisia tulkintoja esimerkiksi ilmapiiristä

aamupalavereissa. Toisaalta sama subjektiivisuuden ongelma vaivaa myös muita laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmiä. Esimerkiksi haastattelutilanteessakin haastattelijan läsnäolo ja ennakko-oletukset voivat vaikuttaa haastateltavan sanomisiin ja niiden tulkintaan. Paljon etnografista sanomalehtitutkimusta tehnyt Merja Helle muistuttaa, että todellisuus on aina monimuotoisempi kuin mitä yksittäinen tutkimus voi kertoa. Tämä ei kuitenkaan vähennä etnografisen tutkimuksen merkitystä vaan, kuten Helle toteaa, ”*se voi olla kaikessa puutteellisuudessaan ja moniäänisyydessään mitä kiehtovin ja haastavin menetelmä*” (2009, 95).

5.2 Haastattelu tutkimusmenetelmänä

Täydensin havainnointiaineistoa toimittajien haastatteluilla. Lisäksi haastattelin lyhyesti lehtien uutis- tai toimituspäälliköitä aamupalaverikäytäntöjen taustasta. Nämä haastattelut olivat hyvin epävirallisia ja keskustelunomaisia. Usein haastattelutyypit jaetaan neljään eri tyyppiin haastattelun vapaamuotoisuuden perusteella. Näitä tyyppisiä ovat strukturoitu, puolistrukturoitu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Strukturoidussa haastattelussa kysymykset esitetään kaikille samassa järjestyksessä ja kaikille annetaan samat vastausvaihtoehdot. Puolistrukturoitu haastattelu on muuten sama, mutta vastausvaihtoehtoja ei anneta, vaan haastateltavat saavat vastata omin sanoin. (Eskola ja Suoranta, 2008, 86).

Tässä tutkimuksessa käyttämäni haastattelumuoto on puolistrukturoitu haastattelu. Ensin ajattelin käyttää kyselylomaketta, mutta huomasin lyhyen haastattelun toimivan paljon paremmin, koska toimittajat eivät vaikuttaneet kovin halukkailta palauttelemaan erillisiä lomakkeita. Käytin kyselylomaketta pohjana haastattelussa ja pidin haastattelut lyhyinä, vajaan kymmenen minuutin pituisina. Varsinaisia toimittajien haastatteluita tein 16 kappaletta. Sovin haastattelut aamupalaverien jälkeen kiertämällä kysymässä palaverissa olleilta toimittajilta, olisiko heillä hetki aikaa haastatteluun. Lyhyehkö haastattelu toimi mielestäni suhteellisen hyvin, sillä aihe oli melko suppea ja lähes kaikilla kysytyillä toimittajilla oli se viisi minuuttia aikaa haastatteluun. Jotkut toimittajat tosin innostuivat puhumaan aiheesta huomattavasti pidempäänkin. En nauhoittanut haastatteluja, mutta tein niistä

muistiinpanot ja kirjoitin ne puhtaaksi koneelle samana päivänä. Mielestäni haastatteluaineisto toi mielenkiintoisia näkökulmia itse havainnointiaineistoon. Tosin olisi ehkä ollut parempi kysyä ja sopia haastattelut etukäteen, jotta toimittajilla olisi ollut enemmän aikaa pohtia vastauksia. Nyt tuntui, että osalla toimittajista oli heti vastaus valmiina, kun taas osa ei välttämättä ollut koskaan aikaisemmin ajatellut suhtautumistaan aamupalaverihin. Siten osa vastauksista oli enemmän sellaisia 'niin no kai ne on ihan hyödyllisiä' -tyylisiä.

5.3 Analyysimenetelmänä teoriasidonnainen sisällönanalyysi

Tämän tutkimuksen tutkimusstrategia on laadullinen ja empiirinen tutkimus. Tarkoituksena on ymmärtää yksittäisen kohteen laatua ja ominaisuuksia kokonaisvaltaisesti, joten laadullinen lähestymistapa sopii tähän tarkoitukseen määrällistä paremmin.

Tosin laadullisen analyysin ohella sovellan aineiston käsittelyssä jonkun verran myös määrällistä analyysiä. Määrällinen analyysi esimerkiksi useimmin toistuvista uutiskriteereistä antaa suuntaviivat laadulliselle analyysille uutiskriteereistä.

"Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Niissä pyritään mm. kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle" (Tuomi & Sarajärvi, 2002, 87).

Omassa tutkimuksessani tietyn ilmiön, eli aamupalaverien, ymmärtäminen ja teoreettisesti mielekäs tulkinta on keskeisellä sijalla. Tarkempaan analyysimenetelmänä toimii teoriasidonnainen sisällönanalyysi. Tuomen ja Sarajärven (2002, 110) mukaan sisällönanalyysissä voidaan hakea esimerkiksi samuutta tai erilaisuutta, toiminnan logiikkaa tai tyypillistä kertomusta. Päämääränä sisällönanalyysissä on luoda selkeä sanallinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Hajanaisestä aineistosta pyritään saamaan yhtenäistä tietoa, jonka perusteella voidaan tehdä luotettavia johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä.

Teoriasidonnaisessa analyysissä aineistoa analysoidaan teoreettisten kytkentöjen kautta, mutta analyysi ei kuitenkaan ole suoraan teoriaan pohjautuvaa (Tuomi & Sarajärvi 2002, 99). Tässä tutkimuksessa aineiston teoreettinen kytkentä on portinvartijateoria, joka ohjaa aineistonanalyysia. Tutkailen aineistoa myös

toimituskulttuurin käsitteen avulla. Teoria ohjaa analysointia erityisesti aineiston abstrahointi-vaiheessa, jossa poimitaan tutkimuksen kannalta oleellinen tieto ja muodostetaan tästä teoreettisia käsitteitä. Muutoin aineiston käsittely seuraa aineistolähtöisen sisällönanalyysin vaiheita, jossa aineisto ensin pelkistetään ja siitä poimitaan tutkimusongelman kannalta olennaiset seikat. Sen jälkeen aineisto ryhmitellään mielekkäiksi kokonaisuuksiksi, joiden avulla voidaan luoda alustava kuvaus tutkittavasta ilmiöstä ja nähdä kytköksiä tutkimuksen taustalla olevaan teoriaan. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, 110-115).

6 AAMUPALAVERIT OSANA JOURNALISTISTA TYÖPROSESSIA

Tässä luvussa pyrin hahmottamaan tutkimieni aamupalavereiden ominaisuuksia ja tehtäviä osana journalistista työprosessia. Etelä-Saimaan, Keskiuomalaisen ja Savon Sanomien aamupalavereissa on sekä erilaisia että samanlaisia käytäntöjä. Ensimmäisessä aluvussa käyn läpi lehtien aamupalaverikäytäntöjä ja uutispäälliköiden tai toimituspäällikön kommentteja siitä, mikä on lehtien aamupalavereiden tehtävä ja tarkoitus. Toisessa aluvussa käsittelen palavereita osana journalistista työprosessia. Kolmannessa aluvussa käyn läpi haastattelemieni toimittajien käsityksiä aamupalavereiden tärkeydestä. Näiden ensimmäisten lukujen tulosten perusteella hahmotan viimeisissä aluvuissa aamupalavereiden kolmea keskeistä tehtävää; työnjakoa, ideointia ja yhdessäoloa. Viimeisessä aluvussa tarkastelen, mitä uutiskriteerejä palavereissa käytetään päätöksenteon pohjana.

6.1 Palavereiden rutiinipalikat

Etelä-Saimaan aamupalaverikäytännöt

Etelä-Saimaassa aamu alkaa yhdeksältä toimituksen ja osastojen esimiesten aamupalaverilla. Tässä palaverissa ovat läsnä päätoimittaja (silloin kun on paikalla), uutispäällikkö ja päivän vuoropäällikkö sekä osastojen esimiehet (politiikka-talous, feature, urheilutoimitus, kuvapäällikkö). Palaverin ohjepituus on 15 minuuttia. Sen jälkeen samassa tilassa jatkuu uutistoimituksen aamupalaveri. Muilla osastoilla on yleensä samaan aikaan omat palaverinsa. Esimiesten aamupalaverin ja uutisosaston aamupalaverin vetää yleensä vuoropäällikkö.

Aamupalaveri pidetään erillisessä neuvottelutilassa pöydän ympärillä.

Neuvottelupöydällä on päivän lehtiä, joita lähes kaikki toimittajat selailevat palaverin aikana. Etelä-Saimaassa ei ole avokonttoria, vaan kaikki toimittajat työskentelevät omissa huoneissaan. Tosin feature-toimituksella on osaston sisäinen avokonttori ja myös toimituksen päivittäinen johto (vuoropäällikkö, uutispäällikkö) työskentelevät

samassa huoneessa. Päivän lista on heijastettu pöydän pätyyn valkokankaalle. Listaan on kirjoitettu päivän uutiset ja juttukeikat, juttujen alustavat toteuttajat ja kuvaustoivomukset.

Etelä-Saimaassa esimiesten aamupalaverit lähtivät liikkeelle epävirallisen jutteluosuuden jälkeen yleensä päävinkin ja pääkuvan miettimisellä. Yhtenäkkään havainnoiduista päivistä päivän päävinkkiä ja -kuvaa ei ollut vielä päätetty, joten palaveri keskittyi pitkälti eri päävinkkiehdokkaiden miettimiseen. Kaikkien osastojen mahdolliset pääuutiset käytiin myös läpi, ja joinakin päivinä myös osastojen pääuutisia mietittiin ja ideoitiin yhdessä. Pääuutisia ei kuitenkaan kertaakaan lyöty lukkoon, vaan eri vaihtoehtoja käytiin vain alustavasti läpi, ja varsinainen päätös tehtiin myöhemmin päivän mittaan. Tämä käytäntö näkyi seuraavan päivän lehdessä siten, että aamulla pohditut aiheet saattoivat vaihtua vielä päivän mittaan. Missään Etelä-Saimaan aamupalavereista ei ollut lehtipalauteosiota, vaan aamu aloitettiin heti tulevan päivän töiden miettimisellä.

”Päävinkki on niinku vielä hämärän peitossa, pääkuva on ilmeisesti tästä sotien liikkuvasta autosta.” ”Päävinkki on vielä vähän valinnassa.” ”Meil on nyt päävinkin aineksia ois vähän enemmänkin.”

Uutisosaston ja muiden osastojen palavereissa keskustelu koski eniten työnjakoa, mutta niissä pohdittiin myös uutiskriteerejä ja ideoitiin. Poikkeuksena tästä oli yhteistoimituksen aamupalaveri, jossa työnjaon sijasta keskityttiin ideointiin. Kotimaan osaston aamupalaveri alkoi liukuvasti heti esimiesten aamupalaverin jälkeen. Osa toimittajista tuli jo aikaisemmin paikalle lueskelemaan lehtiä. Useimmiten palaveri alkoi työnjaolla, mutta kerran vuoropäällikkö kysyi ensiksi mahdollisia juttuideoita. Jonkun verran palaverissa käytiin läpi myös aiempia juttuja ja mahdollisia koettuja epäonnistumisia. Palaveri päättyi, kun kaikkien läsnäolijoiden päivän työt oli käyty läpi.

Etelä-Saimaan uutispäällikön mukaan aamupalaverien tavoitteena on keskustella tulevan päivän lehden sisällöstä, että tuleeko tarjolla olevista aineksista hyvä lehti. Palavereissa on vielä mahdollista ja toivottavaa kyseenalaistaa juttujen toteuttaminen ja miettiä näkökulmia ja toteutustapoja. Uutispäällikön mukaan palaverien tavoite toteutuu käytännössä vaihtelevasti. Pahimmillaan palaverit ovat päivän listan

ulkolukua. Erityisesti maanantaisin keskustelu saattaa olla väsynttä ja flegmaattista. Aikaisemmin Etelä-Saimaassa aamupalavereissa oli läsnä koko toimitus, ja niissä käytiin läpi myös edellisen lehden lehtipalautte. Uutispäällikön mukaan tästä kuitenkin luovuttiin, koska palaverit saattoivat venyä jopa tunnin mittaisiksi. Nyt tavoitteena on, että kaikki palaverit kestävät vartin. (Keskustelu uutispäällikön kanssa 8.11.2010).

Etelä-Saimaan uutispäällikkö ja vuoropäällikkö osallistuvat lisäksi Lehtimedian maakuntalehtien yhteistoimituksen aamupalaveriin kello 10 videon välityksellä. Siinä keskustellaan Kouvolan Sanomiin, Kymen Sanomiin ja Etelä-Saimaaseen tulevista yhteisistä jutuista. Yhteistoimitukseen kuuluu kuusi toimittajaa, ja sillä on oma toimituspäällikkö.

Keskisuomalaisen aamupalaverikäytäntö

Keskisuomalaisessa aamun tärkein palaveri on koko toimituksen yhteinen palaveri, joka alkaa vartin yli yhdeksän. Palaverin vetää päätoimittaja silloin kun on paikalla. Yhteispalaverin kesto on noin 15 minuuttia. Palaveri pidetään pitkän pöydän ääressä keskellä avokonttoria, ja palaveriin osallistuvat toimituksen johdon ja osastojen esimiesten lisäksi kaikki toimittajat, jotka ehtivät paikalle tai kokevat osallistumisen hyödylliseksi. Monet toimittajat tulevat seisoskelemaan pöydän ympärille ainakin vähäksi aikaa. Pöydällä on tuoreen oman lehden lisäksi joitakin muita maakuntalehtiä. Palaverissa on kolme osiota. Ensimmäisessä keskustellaan lyhyesti aamun lehdestä ja sen onnistumisista ja epäonnistumisista. Toisessa osiossa seuraavan päivän lehteen tulevat pääuutisaiheet käydään läpi osastoittain. Viimeiseksi palaverin vetäjä kysyy uutisideoita.

Kotimaan toimituksen aamupalaverin vetää uutispäällikkö. Palaveri alkaa epävirallisen jutustelun jälkeen yleensä työnjaolla, mutta kerran palaveri alkoi myös keskustelulla edellisen päivän uutisoinnista ja siitä, mitä olisi voinut ja pitänyt tehdä paremmin. Palaverissa oli melko paljon myös keskustelua ja tiedonvaihtoa työn alla olevista uutisjutuista, mutta vähemmän ideointia. (keskustelu 16.11.2010).

Keskisuomalaisen uutispäällikön mukaan toimituksen yhteinen aamupalaverikäytäntö on ollut voimassa parisen vuotta. Palaveri haluttiin, jotta koko

toimituksen älyllinen voima saadaan yhteen edes hetkeksi, ja siten ideoita voidaan heitellä osastorajojen yli. Uutispäällikön mukaan yhteispalaverikäytäntö on onnistunut siinä mielessä, että yleensä aina siellä herää keskustelu ja ideointi jostakin aiheesta. Palaveri auttaa myös pysymään kärryillä siinä, mitä muut ovat tekemässä. Osastojen omat palaverit ovat uutispäällikön mukaan tärkeitä työnjaon, ideoinnin ja sosiaalisen kanssakäymisen kannalta. Osastojen omien palavereiden ohjepituus on myös vartti, mutta siitä voidaan luistaa, jos ideointikeskustelu sujuu hyvin. (Keskustelu uutispäällikön kanssa 16.11.2010.)

Savon Sanomien aamupalaverikäytäntö

Savon Sanomissa on kolme erilaista aamupalaveria päivittäin. Ensimmäinen alkaa puoli yhdeksältä, ja siihen osallistuvat päätoimittaja/toimitusjohtaja ja toimituspäälliköt. Toinen palaveri alkaa kymmentä vaille yhdeksän, ja siihen osallistuvat toinen toimituspäälliköistä, vuorossa oleva uutispäällikkö, ja osastojen esimiehet tai tuottajat tai heidän poissa ollessaan joku osastolta. Päivän viimeiset palaverit alkavat vartin yli yhdeksän, ja ne ovat osastojen omia palavereita. Kaikilla osastoilla ei välttämättä ole palavereja joka päivä. Tällainen ratkaisu on ollut toimituspäällikön mukaan käytössä vajaan vuoden. Aikaisemmin esimiesten palaveri oli muiden palavereiden jälkeen, mikä osoittautui hankalaksi tiedonkulun kannalta. Nyt tieto kulkee hyvin toimituspäällikön mukana aiemmasta palaverista seuraavaan. Palaverit pidetään erillisessä neuvotteluhuoneessa.

Olin mukana yhdessä puoli yhdeksän palaverissa. Palaveri pidettiin päätoimittajan työhuoneessa. Palaverissa käytiin laajemmin läpi viikonlopun ja sen päivän lehtiä. Siellä pohdittiin, olivatko lehden pääuutiset onnistuneita valintoja, mitkä ylipäätään olivat hyviä juttuja ja mitkä eivät niin hyviä. Joistakin jutuista todettiin esimerkiksi, että olisi voinut olla vahvempi uutisjuttu tai että otsikko oli huono. Palaverissa käytiin läpi myös tulevan päivän uutisaiheita, ja pohdittiin mahdollisia lähtöjuttuja. Palaverissa sivuttiin myös tulevaa itsenäisyyspäivän lehteä ja ideoitiin tulevia juttuja.

Savon Sanomissa uutispäällikkö aloittaa esimiesten palaverin käymällä läpi nettilehden luetuimmat jutut. Sen jälkeen palaverin vetäjä heijastaa seinälle plannerin, jossa näkyy työn alla olevan lehden sivujen ja mainosten määrä. Siten

lehden koko, mainokset ja kunkin osaston sivumäärät antavat raamit palaverikeskustelulle. Jos tulossa on väljä lehti, eli paljon sivuja ja vähän mainoksia, ideointiin käytetään enemmän aikaa ja juttuja saatetaan hyväksyä löyhemmillä kriteereillä. Ahtaan lehden kohdalla tilanne on päinvastainen. Kotimaan uutistoimituksen aamupalaveri pidetään samassa tilassa heti esimiesten aamupalaverin jälkeen. Myös sen vetää päivän uutispäällikkö. Työnjako ja kunkin toimittajan työtilanteen ja keskeneräisten juttujen toteutusasteen päivittäminen on palaverissa keskeisellä sijalla. Uutistoimituksen aamupalaverissa jatketaan jonkun verran myös esimiesten aamupalaverissa alkanutta ideointia päivän pääjutuista. Toimittajat esittävät myös omia ideoitaan.

Savon Sanomien toimituspäällikkö luonnehtii aamupalavereiden tehtävää pääasiallisesti tiedon- ja työnjakamiseksi. Ideointia on jonkun verran, mutta seuraavan päivän pääuutisaiheet on yleensä jo edellisen päivän iltapäiväpalaverissa alustavasti sovittu.

6.2 Palaverit osana työprosessia

Journalistinen työprosessi tarkoittaa toimitustyön vaiheet sisältävää ideaalista mallia, jossa vaiheet seuraavat toisiaan lineaarisesti. Työprosessiin kuuluvia vaihteita ovat aiheen valinta, tiedonhankinta, kirjoittaminen ja jutun kriittinen tarkastelu ennen julkaisemista. Käytännössä työprosessin vaiheet eivät etene lineaarisesti vaan ne vuorottelevat ja limittyvät toisiinsa. (Kuutti 2007, 78).

Aamupalaverit kytkeytyvät journalistiseen työprosessiin etenkin aiheen valinnan ja tiedonhankinnan vaiheessa. Aiheen valinta ja tiedonhankinta aamupalavereissa korostavat hyvin journalistisen työprosessin monimutkaisuutta ja prosessimaista luonnetta. Aiheen valinta ei tapahdu kerralla, vaan sitä jalostetaan ja mietitään useampaan otteeseen. Aiheen valinta alkaa tietenkin juttuidealla, joka syntyy jonkun toimituksen jäsenen päässä joko aamupalaverissa tai jossakin muussa tilanteessa, tai tulee juttuvinkkinä muualta. Kun idean haltija kertoo ideansa tai saadun juttuvinkin palaverissa ääneen, alkaa ideoinnin toinen vaihe, jossa idea hyväksytään, ohitetaan tai jatkojalostetaan. Mahdollisesti ideaa jalostetaan useammassa kuin yhdessä

palaverissa. Esimerkiksi, jos idea hyväksytään esimiespalaverissa, pitää se vielä uudestaan hyväksyttää ja mahdollisesti jatkojalostaa osastopalaverissa jutun toteuttavan toimittajan kanssa.

Journalistiseen työprosessiin voisi lisätä vielä viimeisen vaiheen, eli palautteen. Tätä ei ole huomioitu Kuutin eikä myöskään Kuusiston ja Sirkkusen (1999, katso luku 4.1) kuvauksissa työprosesseista. Palautteen saaminen on kuitenkin osa hyvin suunniteltua journalistista työprosessia. Se on myös olennainen osa suunnittelevaa ja editoivaa työtappaa (katso luku 4.3). Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien aamupalaverit toimivat jossakin määrin myös palautteen saamis- ja antamispaikkoina. Siten aamupalavereilla on rooli sekä työprosessin ensimmäisissä että viimeisessä vaiheessa.

6.3 Toimittajien asenteet aamupalavereita kohtaan

Selvitin palaveriin osallistujien asennoitumista palaveriin lyhyillä haastatteluilla. Haastattelin yhteensä 16 toimittajaa. Vastajat olivat kaikilta lehtien osastoilta, myös verkkotoimituksesta. Haastatelluista 16 toimittajasta kaikki paitsi yksi pitivät aamupalavereita yleisesti ottaen hyödyllisenä työajan käyttönä. Siten haastatellut olivat hyvin yksimielisiä siitä, että aamupalaverit ovat tärkeitä. Sen sijaan vastaukset erosivat jonkun verran, kun kysyttiin perusteluja sille, miksi palaverit ovat tärkeitä. Haastatteluissa korostui kolme perustelua aamupalavereiden hyödyllisyydelle. Näitä ovat työnjako, ideointi ja sosiaalinen kanssakäyminen. Useimmat vastajat korostivat aamupalaverien tärkeyttä työnjaon kannalta. Omien työtehtävien lisäksi palaverissa saa kokonaiskuvan siitä, mitä muut ovat tekemässä.

”Totta kai ovat hyödyllisiä, ne ovat sellaista tiedon jakamista. Kaikki tietää mitä kukin tekee.”

”Kyllä on hyödyllistä, saa kokonaisuuden päivän tapahtumista.”

Monet toimittajat mainitsivat myös ideoinnin ja ideoinnin jalostuksen tärkeäksi osaksi palaveria.

”Kotimaan palaveri on hyödyllisempi, kun voi saada ideoille dialogia, voi pompotella aiheita.”

”Jos ei tiedä mitä on tekemässä, pohditaan yhdessä ja jalostetaan aiheita.”

Kolmas vastauksissa esiin tullut seikka oli palaverien hyödyllisyys työyhteisön yhteishengen kannalta. Monet haastateltavat pitivät tärkeänä, että muita toimittajia näkee edes sen aamupalaverin verran.

”On hyödyllisiä, on pakko käydä läpi päivän työlisteriä. Ja tietysti on niillä myös sosiaalinen puoli.”

”Pääsee kartalle työpäivään, että ollaan ainakin kerran päivässä kaikki koolla.”

Haastateltavat esittivät myös jonkun verran kritiikkiä aamupalavereista. Muutamien mielestä aamupalaverit ovat joskus liian pitkiä, ja vievät siten aamupäivän tehokkainta työaikaa. Eräs mainitsi, että palaverit ovat hyödyllisiä silloin kun *”siellä jatkojalostetaan aiheita eikä vain kuunnella mitä on tulossa.”* Toinen haastateltava arveli, että kaikki eivät välttämättä uskalla kertoa omista ideoistaan koko toimituksen yhteispalaverissa, kun kaikkien huomio kiinnittyy silloin itseen.

Aamupalaverien tärkeys juttujen ideoinnissa

Haastateltujen mielestä aamupalaverien rooli juttujen ideoinnissa on vaihteleva. Joidenkin mielestä palavereissa tapahtuva ideointi on hirveän tärkeää, toiset eivät näe sitä kovinkaan merkittävänä. Monet huomauttivat, että usein ideat syntyvät aivan muualla kuin palaveripöydässä. Kaikki haastateltavat pitivät aamupalaveria kuitenkin jonkinlaisena ideointipaikkana. Tärkeintä palaverissa ideoinnin kannalta on ideoiden jalostus ja näkökulmien miettiminen.

”Palavereissa voi saada tukea omille ideoille, tunnustella niitä.”

”Kyllähän siellä lähes aina joku idea tulee, mietitään miten toteutetaan, nykyisin mietitään tarkemmin myös kuvaa.”

”Kun ihmiset tulee aamulla työpaikalle, niin niillä on usein kerrottavaa.”

Haastateltavat esittivät myös varsin kriittisiä kommentteja palaveri-ideoinnista. Monien mielestä ideointia voisi olla enemmänkin. Jotkut totesivat, että palaverit ovat enemmän työnjakotilaisuuksia, vaikka niitä teoriassa mainostetaankin ideointihetkinä. Muutamat kaipailivat enemmän työkaluja ideointiin. Jonkun mielestä palaverissa ideointi on tehotonta.

”Nykyisin on enemmän työnjakotilaisuus.”

”Liian laaja tiimi ajatusten kehittämiseen, menee tehottomaksi.”

”Teoriassa sanotaan aina, että palaverissa jalostetaan ideoita, mutta todellisuudessa yksittäinen toimittaja tekee jutun.”

Muut ideointitavat ja -paikat

Haastateltavat mainitsivat oman ajattelun ja toimittajamaisen asenteen tärkeimmäksi ideointikeinoksi. Muuten suosittuja mainintoja olivat muut lehdet ja muu media, sähköposti ja internet, kaupungilla liikuskelu ja kavereiden ja tuttavien kanssa jutustelu. Jotkut toimittajat mainitsivat epäviralliset keskustelut kollegoiden kanssa esimerkiksi ruokapöydässä tärkeiksi ideointihetkiksi. Monet totesivat myös sen, että idean saatuaan he menevät suoraan juttelemaan uutispäällikölle, eivätkä odota palaveritilannetta idean esiintuomiseen.

”Tärkein ideointifoorumi on vasemman ja oikean korvan välissä.”

”Ihmiset soittaa, sähköpostilla tulee, kuulee tutuilta, nettilehdet, omasta ihmetyksestä.”

”Toimittajan näkökulma kaikessa mitä tekee.”

”Ruokapöydässä nousee myös ideoita, epävirallinen yhdessäolo tärkeää.”

Aamupalaverien tärkein tehtävä

Kysymykseen aamupalaverien tärkeimmästä tehtävästä monet haastateltavat mainitsivat useamman kuin yhden seikan, usein samankaltaisia asioita kuin ensimmäiseen kysymykseen aamupalaverien hyödyllisyydestä. Kaksitoista haastateltavaa piti palaverien tärkeimpänä tehtävänä työnjakoa ja kokonaiskuvan saamista tulevasta päivästä.

”Tärkeintä on töitten järjesteleminen, organisointi.”

”Päätetään, että kuka pystyy tekemään mitäkin, keneltä löytyy tietoa.”

”Jokaisen pitää saada näppituntuma siihen mitä on tulossa.”

Kuusi haastateltavaa mainitsi ideoinnin ja näkökulmien jalostamisen yhdeksi aamupalaverien tärkeimmäksi puoleksi. Monet liittivät ideointiin myös palaverien sosiaalisen puolen ja mahdollisuuden tasavertaiseen keskusteluun. Palaverissa kaikilla on ainakin periaatteessa mahdollisuus ilmaista mielipiteensä juttuaiheista ja niiden toteutuksesta.

”Se on foorumi, jossa voi heitellä juttuideoita, se on tuollainen eka ja vika yhteinen hetki kun jengi on kasassa, muuten ei tavata.”

”Ideoiden jalostaminen ja kehittäminen olisi tärkeä tehtävä, mutta se ei aina toteudu.” ”En tiää mikä merkitys ois toimituksen ilmapöydälle jos palavereita ei ois. Pitää nähdä naamatusten.” ”Kaikki pääsee sanomaan ajatuksensa, ei tyrmätä ajatuksia, vaikuttamaan lehden sisältöön.”

6.4 Palavereiden pakkopulla – työnjako ja tiedottaminen

Haastatellut toimittajat ja uutispäälliköt mainitsivat työnjaon ja yleisen tiedonkulun aamupalavereiden tärkeimmäksi tehtäväksi. Monien mielestä tämä on pakko; ilman aamupalavereissa tapahtuvaa työnjakoa ja kartalle pääsyä päivän tapahtumiin työpäivä ei ala kunnolla. Esimiesten palaverissa Savon Sanomissa ja Etelä-Saimaassa ja koko toimituksen palaverissa Keski-suomalaisessa korostui päivän tulevista uutisaiheista tiedottaminen. Osastojen omissa palavereissa ja varsinkin kotimaan uutistoimituksen aamupalavereissa korostui puolestaan työnjako.

Kaikkiaan aamupalaveri työnjakotilanteena on rituaali, joka aloittaa päivän ja auttaa toimittajia orientoitumaan tuleviin tehtäviin. Aamupalaverin muut ulottuvuudet, kuten ideointi ja lehtipalaute, ovat alisteisia työnjaolle. Niitä joko tapahtuu tai ei tapahdu aamupalaverissa, mutta työnjako ja päivän pääuutisaiheista tiedottaminen on aina osa palaverin kulkua. Tästä voi päätellä, että päivän työlistan sähköinen muoto ei ole korvannut suullista työnjakoa. Toimittajat saattavat aloittaa päivänsä siten, että lukevat työlistan ensin jobista (sähköinen työlista) ja tulevat sitten aamupalaveriin kuulemaan saman asian suullisesti. Erään haastatellun toimittajan mielestä tämä johtuu siitä, että toimittajat ovat epäkäytännöllisiä. Tekniikka ei voi korvata kasvokkain näkemistä ja keskustelua.

Kaikkiaan työnjakoa sävytti epävirallisuus ja tasavertaisuus, mikä mielestäni heijastaa toimituksen luonnetta asiantuntijaorganisaationa, jossa hierarkia on mahdollisimman näkymätöntä. Suorien käskyjen sijaan työnjaossa suosittiin epäsuoria ilmauksia tai kysymyksiä. Usein työnjako oli enemmänkin tilannepäivitystä siitä, mitä juttuja kullakin toimittajalla oli tekeillä.

”Siun päänmenoks on keksitty tämmöstä tuota mihin lakimiehiä tarvitaan kaiken sen entisen

lisäks.”

”Sitten tämä on päivän pääasioita tämä lentoemäntien lakon vaikutukset siinä oli semmonen ajatus että X alkas selvittää yhdessä Y:n kanssa.”

”No, piä ajan tasalla. Ja onko sulla jotain muuta?”

6.5 ”Menis vähän ideoinnin ja jalostuksen puolelle” - ideointi palaverissa

Tutkituissa aamupalaverissa oli kahdenlaista ideointia. Toisaalta ideointia syntyi spontaanisti 'hei mul on idea' -tyylisesti, ja toisaalta ideointi oli enemmän pakon sanelemaa, jos sopivaa pääuutisjuttua ei oltu vielä lyöty lukkoon. Jotkut palaverit uutispäällikkö saattoi aloittaa toteamalla, että päävinkki on vielä mietinnässä tai että päävinkkejä on useampia tarjolla, mikä luonnollisesti ohjasi ideoinnin määrää palaverissa. Ideoita esittivät sekä esimiehet että rivitoimittajat. Ideointia tapahtui jonkun verran kaikissa palaverissa. Eniten ideointia oli esillä kuitenkin Etelä-Saimaan ja Savon Sanomien esimiesten aamupalaverissa, joissa mietittiin päivän pääjuttujen toteutustapaa. Keskisuomalaisen yhteispalaverissa oli aina lopuksi oma 'onko kellään ideoita' -osionsa, muissa palaverissa palaverin vetäjä kyseli ideoita satunnaisesti.

”Lisää aiheita, ideoita?”

”Onko kellään tää harmaa aamu tuonu mieleen sellasia loistavia uutisskuuppeja tai juttuideoita jotka voitais valmiin saplitsan ohitse panna tekoon?”

”Mutta onko jollain joku muu ajatus jatkon seurannasta muuten kun nää normaalit.”

”Yks asia tuli vielä mieleen..pitäskö meidän näiden puijon kisojen yhteyteen tehdä joku liikennejuttu vielä?”

”Mul on juttuidea.”

”Hei mites se on, eikös kannattais jututtaa se kaukaan uus pääluottamus mies?”

Etelä-Saimaan esimiesten palaverissa ideointi oli välillä hyvinkin yksityiskohtaista, siellä mietittiin kuvitusta, haastateltavia ja grafiikkaa. Myös osastojen omissa palaverissa ideointi saattoi olla yksityiskohtaista, esimerkiksi juttujen rakenteeseen tai tyyliin liittyvää. Palaveriin osallistuvien määrällä oli selvä vaikutus siihen, miten yksityiskohtaista ideointi oli. Havainnoiduista palaverista vähiten osallistujia oli Etelä-Saimaan yhteistoimituksen videopalaverissa, jossa sattui sinä aamuna olemaan

läsnä vain kolme ihmistä. Palaveri oli ainoa, jossa ideointi juttuja rakenteen ja tyylin tasolla. En tiedä, kuinka paljon osallistujamäärällä oli vaikutusta tähän, mutta veikkaan sen olevan yksi osatekijä. Vaikuttaisi siltä, että parhaiten ideointi sujuu pienissä ryhmissä, jos ideoiden esittämisen sijaan halutaan aidosti myös jalostaa niitä.

Palaverien toinen ääripää osallistujien määrällä mitattuna olivat Keskisuomalaisen yhteispalaverit, joissa saattoi olla läsnä lähes parikymmentä ihmistä. Tämä tuo luonnollisesti omat vaikeutensa ideointiin. Ensinnäkin kaikki eivät välttämättä uskalla tuoda esiin omia ideoitaan niin monen ihmisen läsnä ollessa. Toiseksi ideoiden jalostaminen ei tuolla väkimäärällä ole kovin tehokasta. Toisaalta sielläkin esitettiin ideoita, mutta ei juurikaan jalostettu niitä. Uutispäällikön mukaan (haastattelu 16.11.2010) yhteispalaverin yksi tavoite on herättää ideointia ja keskustelua osastorajojen yli. Tällaisia ideoita esitettiin havainnointiaikana muutaman kerran, joten sinänsä yhteispalaverien tavoite toteutuu myös käytännössä. En tiedä, miten paljon muuten toimittajat ideoivat oman osaston ohi tai kirjaavat juttuaiheita jobiin. Varmasti tätäkin tapahtuu jonkun verran.

Ideointi liittyi useammin listalla olevien aiheiden näkökulmiin tai kuvitukseen kuin puhtaasti uusien juttuideoiden kehittelyyn. Jonkun verran ideointi liittyi siihen, millä tavalla STT:n tai muun median juttuja voitaisiin paikallistaa. Huomattavaa ideoinnin luonteessa oli tietynlainen ohimenevyys. Ideoita ei koskaan hylätty sanomalla että idea olisi huono, vaan jotkut ideat kuitattiin hiljaisuudella ja siirtymällä muihin aiheisiin. Useammin ideoita keuhuttiin tai niitä alettiin jatkojalostaa. Varsin usein ideat jäivät myös leijumaan ilmaan siten, että kukaan ei loppujen lopuksi ottanut aihetta työn alle. Ideat esitettiin usein persoonattomassa sävyssä ja konditionaalissa, eli vois tehdä näin ja näin eikä vois tehdä tai voisit tehdä näin ja näin.

”Mie mietin kans et pitäskö samalla kysellä sitä myyntiä että miten se vaikuttaa.”

”Sit vois varmaa tästä nuorten äänestysikärajan laskemisesta kun nuo kirkkovaaleissa oli se niin että onko järkee sitten valtakunnallisiin vaaleihin.”

Esimiesten aamupalaverissa ideointia esitettiin jonkun verran myös varsin hauskassa me-muodossa. Tämän muodon taustalla lienee ajatus siitä, että juttukeikalle menevä toimittaja ei mene paikalle omana itsenään vaan lehtensä edustajana. Siten ajatellaan,

että juttukeikalla paikalla oli esimerkiksi Savon Sanomat tai että Savon Sanomat haastatteli tätä ja tätä henkilöä. Siten uutispäällikkö ja koko toimitus ovat osa lehteä, meitä, joka on paikalla juttukeikalla toimittajan ja valokuvaajan muodossa.

”Jos mentäs kattomaan sitä yhentoista ruuhkaa kun kaikki yrittää sinne tunkee vai mennäänkö iltapäivällä kun mikään ei lennä.”

Ideoinnin tyyli kolmessa toimituksessa oli ainakin osittain samankaltaista kuin mitä Nylund ja Agnesdotter toteavat ideoinnista Hufvudstadsbladetissa:

“Palaverissa syntyvät ideat liukuvat nopeasti ohi keskustelussa. Vain harvoin joku pysähtyy ja sanoo ”nyt minulla on se”. Pikemminkin keskustelussa sanotaan, että ”tälle ja tälle pitäisi tehdä jotakin”. (Nylund & Agnesdotter, 2009, 75). Kirjoittajan suomennos.¹¹

Kaiken kaikkiaan ideointi aamupalaverissa oli pikkuveljen roolissa päivän agendan läpikäymiseen ja tehtävien jakamiseen verrattuna. Tämä kertoo siitä, että useimmiten ideointi tapahtuu jossakin muualla kuin aamupalaverissa. Yleensä pääuutisaiheet ovat jo valmiina. Tässä oli tosin hieman vaihtelua lehtien välillä. Keskisuomalaisen yhteispalaverissa kaikki osastot esittivät päivän tulevat uutisaiheensa, eikä kenelläkään tuntunut olevan epätietoisuutta siitä, mistä osista uutispäivä tulee koostumaan. Sen sijaan Etelä-Saimaan esimiesten aamupalaverissa lehden pääuutisaiheet saattoivat olla vielä 'vatuloitavina'. Savon Sanomissa päivän agenda oli yleensä ottaen lyöty lukkoon, mutta jonkun verran sielläkin pohdittiin vielä päävinkkiä ja muita päivän pääuutisaiheita ja erityisesti niiden toteutustapaa. Erot ideoinnissa johtuvat luonnollisestikin erilaisista käytännöistä ja rutiineista toimitusten välillä, mutta myös siitä, että päivän lehteä ei jätetä enää edellisen päivän uutisannin varaan ainakaan isommissa lehdissä. Suunnitelmallisuus vähentää paniikkia ja saattaa lisätä laadukkaiden uutisten määrää, mutta toisaalta spontaanit päiväkohtaiset ideat ja uutiset saatetaan jättää vähemmälle huomiolle, jos päivän lehti on jo kerran suunniteltu valmiiksi.

Mikä on aamupalaveri-ideoinnin suhde portinvartijuuteen? Aamupalaverissa oli

¹¹ Alkuperäinen teksti: ”Idéer som uppstår under mötet glider ofta snabbt förbi i samtalet. Det är sällan någon stannar upp och säger att ”nu har jag det”. Snarare säger man i samtalet att ”man borde göra någon grej på det här och det här”.

esillä monenlaista ideointia ja siten monenlaista ideointiin liittyvää portinvartijuutta. Mielenkiintoista oli, että ideoita ei juurikaan hylätty. Tämä vahvistaa käsitystä, että ideoiden esittäminen juuri aamupalaverien kaltaisissa sosiaalisissa tilanteissa parantaa idean läpimenon mahdollisuuksia, sillä ketään ei mielellään nolata hylkäämällä juttuidea. Toisaalta, palaverin vetäjä saattaa toimia vaivihkaa idean portinvartijana, jos hän 'unohtaa' kirjata sen päivän listaan tai muualle muistiin. Ylipäätään idean esittäminen aamupalaverissa on tutkimukseni perusteella positiivinen voima, joka helpottaa juttuaiheen pääsyä lehden sivuille. Kaikki esimiehet mainitsivat ideoinnin yhdeksi tärkeäksi aamupalaverin tehtäväksi, joten on selvä, että jos joku esittää palaverissa oman idean, sen läpimenon mahdollisuudet ovat hyvät. Se, että ideointia ja juttujen toteutustapaa mietittiin usein eniten juuri esimiesten aamupalaverissa, kertoo portinvartijavallan keskittymisestä esimiehille myös ideoinnissa. Toisaalta se kuvastaa sitä, että esimiehet kokevat päävastuun ideoinnista kuuluvan heille. Samalla toimittajan mahdollisuudet ideointiin ja luovuuteen vähenevät, jos hänelle annetun juttuaiheen toteutustapa on jo kertaalleen käyty läpi esimiespalaverissa. Aineistosta nousi muutaman kerran esille se, että aiheet ideointiin ensin esimiesten palaverissa ja sitten uudelleen osastopalaverissa sen toimittajan kanssa, jolle aihe oli määrätty.

Kaikkiaan toimituksen rutiinit ja käytännön seikat rajoittavat ja ohjaavat huomattavasti ideointia. Jos lehti näyttää täydeltä jo tiedossa olevien juttujen takia, ei työaika tuhlata ylimääräiseen ideointiin. Aamupalaveri-ideointia kehysti usein tietynlainen pakonomaisuus, jos pääjuttu ei ollut vielä selvillä tai muuten vain tulevassa lehdessä näytti olevan paljon tilaa. Ideointi oli yleisesti ottaen myös hyvin osastokeskittynyttä. Juttuidean on sovittava jonkin osaston muottiin. Tämä vahvistaa Lee B. Beckerin ja Tudor Vladin (2009, 86) huomiota siitä, että uutisten osastojaon voi nähdä myös yhtenä ideointitapana.

6.6 Aamupalaverit sosiaalisina hetkinä

Aamupalavereiden yksi olennainen ulottuvuus on sosiaalinen kanssakäyminen. Monet haastateltavista mainitsivat yhdessäolon tärkeyden ohimennen, mutta yksi haastateltava nosti sen aamupalaverin tärkeimmäksi tehtäväksi. Hänen mielestään

aamupalavereiden olennaisin ulottuvuus on ylläpitää toimituksen yhteisöllisyyttä, koska aito vuorovaikutus ehkäisee työuupumusta. Loppujen lopuksi tällaista aitoa vuorovaikutusta ja jutustelua oli havainnoiduissa palavereissa kuitenkin melko vähän, vaikka jutustelun määrä toki vaihteli palaverista toiseen. Muista kuin työasioista ei havainnoiduissa palavereissa keskusteltu.

Aamupalaverien sosiaalista puolta havainnoitaessa kiinnitin huomiota lähinnä tilanteen virallisuuteen tai epävirallisuuteen, sillä se kertoo paljon aamupalaverin luonteesta. Sen lisäksi kiinnitin huomiota ironian ja huumorin määrään palavereissa. Huumoria ja leikinlaskua oli esillä muutaman kerran lähes joka palaverissa. Usein huumori ilmeni ohimenevinä sutkauksina. Välillä sutkauksen tai heiton ironian astetta oli toimituksen ulkopuolisena varsin vaikea tulkita. Kaikkiaan huumorin määrä kertoo palaverien epävirallisuudesta.

”Niitä ysiluokkalaisia se tapaa ja pukeutuminenhan se eniten kiinnostaa. Katso hiukset...No ei oikeesti mut et oliko haalari päällä. Huumoria, huumoria.”

”Onks kellä kissaa?” ”Ei mulla oo kun lapsi.”

”Siun päänmenoks on keksitty tämmöstä tuota mihin lakimiehiä tänä päivänä tarvitaan kaiken sen entisen lisäksi..” ”Ja kysymys kuuluu että minkä takia 90 prosenttia lakimiehistä pilaa koko ammattikunnan maineen?”

Jonkun verran palaverit toimivat myös paikkoina, missä käytiin läpi lehdeenteossa koettuja epäonnistumisia ja mietittiin, mitä olisi voinut tehdä paremmin. Tällaisia asioita olivat esimerkiksi julkaistuun juttuun jääneet virheet, kieliasuun liittyvät kömpelyydet, tylsä pääkuva tai uutistappiot muille lehdille. Voisi ajatella, että tällainen mahdollisuus asioiden käsittelyyn yhdessä on erityisen tärkeää työssä jaksamisen kannalta.

Nylund ja Agnesdotter (2009, 73) tulivat tutkimuksessaan johtopäätökseen, että Hufvustadsbladetin aamupalaverikeskustelut keskittyivät pitkälti tietojen vaihtamiseen keskustelun aiheena olevasta uutisesta. Heidän mukaansa palavereissa heijastui yleinen kiinnostus uutisaihetta kohtaan ja tarve kertoa kaikki, mitä aiheesta tietää, vaikka se ei olisikaan välttämätöntä uutisartikkelin kirjoittamisen kannalta. Sen sijaan kysymykset uutisaiheeseen liittyen olivat harvassa, samoin henkilökohtaisten kokemusten kertominen. Tämä kertoo toimituskulttuurista, jossa

toimittajien oletetaan olevan perillä asioista ja jossa arvostusta hankitaan osoittamalla oma tietämys aiheesta. Lisäksi tällainen faktoihin keskittynyt ilmapiiri voi olla Nylundin ja Agnesdotterin mukaan merkki ideoinnin monipuolisuuden ja luottamuksen puutteesta toimituksessa (2009, 65).

Tutkimissani kolmen sanomalehden aamupalavereissa voi tunnistaa Nylundin ja Agnesdotterin kuvaileman faktapohjaisuuden, mutta myös toisenlaisia keskusteluja käytiin. Palavereissa esitettiin jonkun verran kysymyksiä käsiteltävään aiheeseen liittyen ja näin myönnettiin oma tietämättömyys aiheesta. Omiin kokemuksiin perustuvia juttuideoita esitettiin vain harvoin, mikä kertoo faktapohjaisuuden korostumisesta palavereissa.

”Siis tuota sinä et oo vielä ymmärtäny mistä siinä on kysymys?” ”En.”

”Mul on juttuidea. Aina kysytään kaupassa nykyään että tarvitsetko kuitin. Nyt vois kansalaisille kertoa että tarteeke ne sen vai ei.”

Nylund ja Agnesdotter (2009, 76) huomasivat tutkimuksessaan myös sen, että osastojen omissa palavereissa ilmapiiri oli paljon epävirallisempi ja lämpimämpi kuin suuremmissa aamupalavereissa. Tämä oli havaittavissa myös omassa tutkimuksessani. Epävirallista jutustelua ja leikinlaskua oli eniten osastojen omissa palavereissa. Tämä selittyy luonnollisesti sillä, että osastoilla toimittajat tuntevat toisensa usein hyvin, eikä tilanne ole kovin hierarkkinen, kun paikalla ei yleensä ole uutispäälliköitä tai päätoimittajaa.

6.7 ”Onhan se ihan yleiskiinnostava.” - uutiskriteerit päätöksenteon pohjana

Aamupalavereissa keskusteltiin melko paljon kanteen tai pääuutissivuille tulevista jutuista ja niiden valintaperusteista. Keskustelu koski jonkun verran myös sitä, onko joku asia uutinen vai ei. Kovin tiukkoja väittelyjä uutiskriteereistä tai perusteluja jonkin asian uutismaisuuudelle ei käyty, pikemminkin toimittajien keskuudessa tuntui vallitsevan yksimielisyyttä siitä, mikä on jonkun asian uutisarvo. Kriteerinä oli useimmiten asian kiinnostavuus. Jos joku nimitti asiaa tai ilmiötä kiinnostavaksi, sen

uutisarvosta tai noteeratuksi tulemisesta ei tarvinnut kovin paljon lisäkeskusteluja käydä. Sana kiinnostava, yleiskiinnostava tai mielenkiintoinen toistui jonkun jutun uutisarvon perusteluna aamupalavereissa ainakin 23 kertaa.

”Niin, eihän se niin yleiskiinnostava oo.” ”Jos joku etelänvetelä on sen voittanu ni kiinnostaako se nyt sit täällä.” ”No nythä ainaki kiinnostaa perussuomalaiset, ehkä talvemmalla ei niinkään enää kiinnosta. Jos siihen kyllästyään vähäsen.”

”Sit se tuskaili kun mies ei avautunu ihmisenä yhtään vaan mielti merkitystään taiteilijana ja sit noiduttiin et ketä se nyt kiinnostaa.”

Jutun kuvallinen anti uutiskriteerinä toistui myös usein erityisesti pääjuttuja mietittäessä.

”Kattokaa sitä kimppakyydin kuvia.” ”No vilkasin tosta just. Mitäs täällä näyttää. Tossa on hyvä kuva heti. Siinä ois ollu hieno kuvälähtö.” ”Äkkiäkös se tuosta puretaan etusivu.”

Jutun kiinnostavuuden ja kuvallisen annin rinnalla uutiskriteerinä käytettiin toistuvasti jutun ajankohtaisuutta, ajankohtaisten asioiden taustoittamista, kokonaiskuvan antamista sekä asian merkittävyyttä.

”Se veti nippuun tätä juttua.” ”Onhan se kulttuuriskenessä iso asia”. ”Yritetään niinku selvittää taustoja”. ”Joulumyyntiin vaikuttaa ilmeisesti aika paljon.” ”siitä paunosta kannattaa kanteen panna kun ei näitä tämmösiä teoksia niin usein minnekään tule.”

Yllättävyys ja erikoisuus uutiskriteerinä toistuivat vain muutamia kertoja.

”Niin se ylioppilas oli siitä erikoinen että hän on tosiaan 17-vuotias ja menny vuotta aikasemmin kouluun ja lisäksi suorittanu lukion kahessa ja puolessa vuodessa. Että aika persoona kyllä”.

Eräs mielenkiintoinen yksityiskohta uutiskriteereissä oli aiheen nostaminen uutiseksi sillä perusteella, että lehden verkkogallupiin oli tullut monta vastausta aiheeseen liittyen. Keskisuomalainen kysyi verkkosivuillaan, pitäisikö Jyväskylässä liikkunut ilves jättää rauhaan. Gallup antoi yli 2000 vastausta, joten teeman ajateltiin kiinnostavan lukijoita, joten sen uutisointia oli aiheellista jatkaa. Toinen mielenkiintoinen verkkoon liittyvä uutiskriteeri oli linjaus siitä, mitkä asiat kuuluvat verkkoon ja mitkä lehteen.

”Niin siis verkkohan on tällanen kevyempi ja siellähän menee yli kynnyksen semmonenkin mikä ei lehteen pääsis.”

Ihmisten arkeen liittyvät kommentit osoittavat sen, että toimittajat ovat sisäistäneet ajatuksen arjen kiinnostavuudesta. Kaikkiaan lukijoihin suoraan viitattiin uutiskriteereissä kuitenkin melko vähän.

”Mie aattelin jos sitä pystys pikkusen tuomaan tänne tavallisen ihmisen arkeen.”

”No siin on kaks semmosta ihan ihmisläheistä aihetta kuitenkin.”

”Kimppakyyti kuitenkin koskettaa noita kauempana asuvia lukijoita.”

Aamupalavereissa ei aina oltu täydellisen yksimielisiä siitä, millä painoarvolla mikäkin juttu pitäisi olla lehdessä. Esimerkiksi eräässä palaverissa keskusteltiin siitä, onko pääministerin vierailu lehden päälevikkialueella nyt kaiken siitä suunnitellun uutisoinnin arvoinen. Perusteluna näkyvälle uutisoinnille oli pääministerin korkea virallinen asema. Tämä kuvastaa hyvin sitä, että uutiskriteerit ja painotukset eivät ole täysin yhdensuuntaisia edes yksittäisten toimitusten kohdalla. Toisaalta esimerkki kertoo myös siitä, kuinka tärkeänä korkea-arvoisten poliittisten henkilöiden seuraamista pidetään, vaikka heillä ei välttämättä mitään suurta sanottavaa olisikaan. Samanlaista pohdintaa käytiin muun muassa kuninkaallisten häiden uutisoinnin osalta.

”Onko se nyt eka kerta kun se kiviniemi sehän oli täällä meilläkin vieraana..miten siitä nyt niin kauheen suuresti sitten.” ”No kun se nyt isosti on pääministeri päivän täällä niin onhan se iso protokollassa toinen presidentin jälkeen että jos me ei..meinaat sä ylähyllyy?¹²”

”Mutta menikö Englannin kihlaus liian pienellä?” ”No ehkä meni. Ois pitäny olla kaks ulkomaan sivua.” ”No eikö tuota vouhotettu sähkösisissä ihan riittävästi?” ”Sinä oot aina ollu se joka on vaatinu näitä kuninkaallisia isosti lehteen. Mitä on tapahtunu?” ”Joo, mutta tämä asiahan tulee tässä koko talven esille vielä. Tästä saadaan monta koko sivun juttua.”

Kaikkiaan aamupalavereissa esillä olleet uutiskriteerit kytkeytyivät siis kiinnostavuuteen, kuvalliseen antiin, ajankohtaisuuteen, valtaeliittiin, erikoisuuteen ja läheisyyteen. Tulos on samankaltainen Nylundin ja Agnesdotterin (2009, 75) tutkimuksen kanssa, jossa jutun yleinen kiinnostavuus, ajankohtaisuus ja kuvallinen

¹² Ylähyllyllä tarkoitetaan sanomalehden yläpalkissa ilmestyvää lyhyttä juttua.

toteutettavuus olivat keskeisiä uutiskriteerejä Hufvustadsbladetin aamupalavereissa. Kriteerit olivat samankaltaisia myös O'Neillin ja Harcupin (2009, 161-168) tutkimuksen kanssa, jossa tämän hetken keskeisiksi uutiskriteereiksi listattiin valtaeliitti, julkkikset, viihdyttävyyys, yllättävyys, negatiivisuus, positiivisuus, voimakkuus, relevanssi, jatkuvuus ja sanomalehden oma agenda.

Shoemakerin mukaan uutiskriteerejä voi hyvin kuvata oikopoluksi päätöksille, joita jokainen toimittaja joutuu tekemään työssään (Shoemaker et al. 2001, 235).

Rutinoituneet uutiskriteerit auttavat nopeiden päätösten tekemisessä. Tämän huomaa selvästi myös aamupalavereissa, joissa on hyvin rajallisesti aikaa tehdä valintoja. Siksi sana 'kiinnostava' on niin hyvä uutiskriteeri. Sen sanoo muutamassa sekunnissa, eikä kriteeri herätä kovin paljon vastalauseita.

Uutiskriteerinä kiinnostavuus on kuitenkin varsin epämääräinen, vaikkakin hyvin trendikäs. Jos toimittaja mainitsee jutun olevan kiinnostava, ei voi tietää, tarkoittako hän että juttu kiinnostaa häntä itseään, muita toimittajia vai kenties lukijoita. Epäselvää on myös, tarkoitetaanko kiinnostavuudella enemmän viihdyttävyyttä, uteliaisuuden tyydyttämistä vai kenties hyödyllisyyttä. Tähän epämääräisyyteen on vielä varsin vähän tarkennuksia, mutta aihetta tutkitaan parhaillaan. Esimerkiksi Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikössä on parhaillaan menossa kolmevuotinen (2009-2011) hanke, jossa pohditaan sitä, mikä tekee journalismista kiinnostavaa. Kohti kiinnostavaa journalismia -projektin tavoitteena on saavuttaa syvempi ymmärrys siitä, mitä kiinnostavuudella oikeastaan tarkoitetaan¹³.

Kohti kiinnostavaa journalismia -projektissa tutkijat haastattelivat ryhmiä, jotka muodostivat sosiaalisen verkoston harrastuksen, työn tai yhteisten intressien takia. Tarkoituksena oli selvittää, mitä aiheita ryhmien jäsenet pitävät tärkeinä ja kiinnostavina ja miten median käyttö näkyy verkostoissa. Ryhmien vastauksissa korostuivat abstraktit arvoaiheet. Tällaisia aiheita olivat esimerkiksi ilmastonmuutos, eriarvoisuus, työssä jaksaminen tai vanhusten huono kohtelu. Tutkijoiden mukaan huolestuneisuus on siten olennainen osa sosiaalisten verkostojen tulkintatapaa ja samalla kytköksissä siihen, mikä mediassa koetaan kiinnostavaksi. (Heikkilä & Ahva

13 <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/jourttutkimus/tutkimus/kiinnostavajournalismi/tausta.php>. Viitattu 23.2.2010.

& Siljamäki & Valtonen 2011, 23).

Hankkeen julkaisemattomassa taustaraportissa Heikkilä ja kumppanit kartoittavat ulottuvuuksia, jotka tekevät jutusta tai uutisesta kiinnostavan. Tutkijat toteavat, että juuri päivittäisen, rutiininomaisen uutisoinnin tekeminen kiinnostavaksi on haaste, sillä yllätykselliset ja täysin uutta tietoa sisältävät uutiset ovat jo sinänsä kiinnostavia (Heikkilä et al. 2009, 7). Tällaisia uutispaukkuja sattuu kuitenkin varsin harvoin. Muutoin tutkijat (2009, 10-13) pohdiskelevat, että lukijan kannalta jutun voi tehdä kiinnostavaksi esimerkiksi se, että juttu koetaan hyödylliseksi tai se, että juttu antaa puheenaiheita vaikkapa työpaikan kahvipöydässä. Lisäksi kiinnostava juttu voi antaa eväitä oman elämäntavan ja maailmankuvan syventämiseen ja peilaamiseen tai tarjota palikan kollektiiviseen fanittamiseen.

Myös aiheiden käsittelytapa vaikuttaa siihen, miten kiinnostuneita lukijat aiheista ovat. Tällä hetkellä vallitseva trendi on pyrkiä pois virallisesta asiakeskeisyydestä kohti ihmisten arkea. Tähän tulokseen päätyi esimerkiksi Keijo Lehto sanomalehtien linjapapereita käsitelleessä väitöskirjatutkimuksessaan vuonna 2006. Lehdon mukaan sanomalehtien arvoja määrittävissä linjapapereissa on 2000-luvulla tapahtunut selvä käänne ja pyrkimys kohti lukijoiden arkea. Käytännössä tämä näkyy jutuissa muun muassa siten, että lähteinä ja esimerkiksi kuvituksessa pyritään käyttämään enemmän niin kutsuttuja taviksia. Siten voisi ajatella, että läheisyys uutiskriteerinä on tullut yhä tärkeämmäksi. Samaa linjaa edustaa Merja Helteen ja Maija Töyryn (2008) kehittämä mallilukijakonsepti.

Pyrkimys kohti lukijaa ja arkea näkyi palavereissa siis lähinnä kiinnostavuus-uutiskriteerin kautta. Kertaakaan uutisaiheita ei pohdittu mallilukijan tai yksityiskohtaisemmin tietyn lukijakunnan mielenkiinnonkohteiden kannalta. Tämä osoittaa ainakin sen, että lehdenteon kiireisessä arkipäivässä tällainen juttujen hienosäätö lukijoiden profiilin mukaan ei ole vielä kovin rutinoitunutta.

7 KUKA VARTIOI PORTTIA AAMUPALAVEREISSA?

Tässä luvussa käyn läpi tutkimustuloksia portinvartijateorian näkökulmasta. Pyrin hahmottamaan niitä käytäntöjä ja toimijoita, jotka käyttävät valtaa havainnoimissani aamupalavereissa. Käsittelen esimerkiksi rutiinien, organisaation, yksittäisten toimittajien, muun median, lukijoiden ja mainostajien roolia aamupalavereissa.

7.1 Rutiinit kehystävät ja sitovat

Aamupalavereiden rutiininomaisuus nousi aineistosta keskeisesti esille. Kaikilla lehdillä oli omat, vakiintuneet tapansa viedä palaverit läpi. Aamupalaveri on aina samassa paikassa samaan aikaan, se toistaa usein samaa kaavaa ja useimmiten vetäjäkin on sama. Kaikkien palaverin ohjeellinen kesto on noin 15 minuuttia, joten kovin syvällistä lehtipalautetta tai juttuideointia ei ehditä toteuttaa. Siten jo palaverin kesto sinänsä on rajoittava tekijä ja portinvartija. On kuitenkin huomattava, että palaverirutiinit vaihtelivat jonkun verran lehdestä toiseen. Siten palaverirutiinit ovat enemmänkin organisaatiotason määrittelemiä kuin osa yleistä toimituskulttuuria.

Palavereiden rutiininomaisuudesta kertoo se, että ne pysyvät melko samanlaisina, vaikka palavereiden vetäjä vaihtuisikin. Esimerkiksi Keskisuomalaisen koko toimituksen aamupalavereissa oli havainnointiviikon aikana kolme eri vetäjää, mutta silti palaverin rakenne oli täysin samanlainen. Tämä taas sopii portinvartijateoriassa vallitsevaan käsitykseen siitä, rutiinitason portinvartijuus on yksilötason portinvartijuutta merkittävämpää. Tämä puolestaan helposti johtaa uutisprosessin ”kasvottomuuteen”; siihen, että päätöksiä tehdään ja lehti ilmestyy ilman, että kukaan välttämättä osaisi kertoa, kuka päätökset teki ja miten ratkaisuihin päädyttiin.

Aamupalavereita hyvin perustavalla tavalla muokkaava, ja usein itsestäänselvyytenä pidetty toimitusrutiini on lehden jako eri osastoihin. Esimiesten palaverissa on läsnä kaikkien osastojen esimiehet, ja juttuaiheiden miettiminen etenee osastoittain. Omilla

osastoillaan on taas omat aamupalaverinsa. Juttuaiheiden ja uutiskriteerien miettimisen pohjana on ajatus siitä, mille osastolle se sopii. Jos juttuaihe- tai idea ei sovi millekään osastolle, ei se myöskään saa tilaa lehdessä. Ajatus erillisistä uutis-, kulttuuri-, urheilu-, ja ajankohtaistoimituksista on niin itsestään selvä osa nykyistä sanomalehden toimituskulttuuria, että sen roolia portinvartijuudessa ei edes huomata. Kuitenkin osastojako voi vinouttaa uutisten sisältöjä, koska rutiinina se suosii tietynlaisia (=osastoille sopivia) aiheita ja näkökulmia (Mörä 1996, 113). Tietenkin osastojako auttaa myös lukijoita haarukoimaan lehdestä eniten itseä kiinnostavat palaset.

Keskisuomalaisessa koko toimituksen palaverissa osastojako näkyi siinä, että osastot esittelivät juttuaiheitaan vakiintuneessa järjestyksessä. Päivän pääjuttuaiheensa esitteli ensin kotimaa, sitten Jyväskylän seutu, sitten talous, sitten ulkomaat ja sitten tänään-osasto, kulttuuri, urheilu ja netti. Myös Savon Sanomissa järjestys oli samankaltainen. Järjestys seuraa loogisesti lehden rakennetta, mutta heijastaa myös yleisempää käsitystä ”tärkeistä” ja vähemmän ”tärkeistä” aiheista. Kovia uutisia arvotetaan pehmeitä uutisia enemmän.

Savon Sanomien aamupalavereissa tilakysymykset olivat korostetusti esillä. Välillä tulossa oli täysi lehti, välillä taas tuleva lehti näytti vielä paljaalta. Siten lehden sivumäärä ja mainosten määrä ohjailevat sitä, miten paljon juttuja kullekin päivälle vielä mahtuu. Joinakin päivinä uutispäällikkö saattoi kysyä osastoilta, pystyykö osasto tekemään vielä yhden sivun tai että joltakin osastolta on otettu sivu pois. Näin tila määrittelee julkaisukynnystä. Mielenkiintoista sinänsä, että Etelä-Saimaan esimiesten aamupalaverissa tilakysymykset eivät olleet juuri ollenkaan esillä. Siellä myös aiheiden esittämisjärjestys ja muutenkin aamupalaverin kulku oli vähemmän rutinoitunutta kuin Savon Sanomissa ja Keskisuomalaisessa. Siten rutiinien portinvartijuudella on jonkun verran pienempi rooli Etelä-Saimaan aamupalavereissa kuin muissa tutkituissa palavereissa.

7.2 Organisaation rajat

Kaikkien lehtien aamupalavereissa organisaation määrittelemät lehden tekemisen

resurssit ja rajoitteet olivat usein esillä. Eniten nämä rajoitteet näkyivät henkilöresurssissa. Usein juttuaiheita ja -keikkoja olisi ollut tarjolla enemmän kuin työvuorossa olevat toimittajat pystyivät niitä hoitamaan. Siten vapaana olevien toimittajien puute oli varsin usein toistuva kriteeri sille, miksi jotain juttua tai uutista ei hoidettu.

”Eikä kotimaalla oo ketään antaa apua nyt, nyt ei oo apuja että jos ehit tehä ni tee ihmeessä..”

”Siellä oli hässäkkää lentoasemalla tuli tieto..mutta ei ollu ketään sinne lähettää..niin tuota sinne ei olla menty.”

”No niin. Eilenhän oli tuota ahdas lehti ja sai kenkähusikalla sulloa niitä juttuja, nyt on vähän väljempää mikä tarkoittaa että meidän pitää panna sinne juttuja..”

”Meillä ei sitten uutisissa oo kun kaks toimittajaa aamussa.”

Muutoin organisaation portinvartijuus ei tullut aamupalavereissa juurikaan esille. Vain yhdessä kommentissa näkyi se, että toimitus on osa taloudellista voittoa tavoittelevaa organisaatiota.

”Levikkimielessä ois tietysti hyvä hakea tehtaalta tuoretta kuvaa ja ihmisiä siihen kuvaan”.

Sen sijaan pyrkimys kasvattaa lehden lukijamääriä erityisesti netissä näkyi varsinkin Savon Sanomien esimiesten palaverissa, jossa ensimmäisenä katsottiin edellispäivän luetuimmat jutut. Lisäksi koukuttavaan otsikointiin ja muutenkin houkuttelevan nettisisällön luomiseen kannustettiin kiinnittämään huomiota.

7.3 Yksittäisen toimittajan vaikutusmahdollisuudet – persoonakysymys

Yksilön portinvartijan valtaan aamupalavereissa vaikuttavat persoona ja asema toimituksessa. Toimituksen esimiehillä on enemmän portinvartijavaltaa jo sen perusteella, että he osallistuvat useampiin palaverihin. Esimiesten aamupalaverissa tehdyt linjaukset ja päätökset esimerkiksi päivän pääuutisesta eivät muuttuneet enää muissa aamupalavereissa. Palaverin vetäjällä taas on huomattavasti eniten portinvartijan valtaa, sillä hän päättää, koska siirrytään aiheesta toiseen ja koska palaveri päättyy. Palaverin vetäjä pystyy vaikuttamaan myös siihen, antaako hän keskustelun ja ideoinnin jatkua vai lopettaako sen ajanhukkana. Toisaalta palaverin

vetäjäkään ei pysty irtautumaan perinteisistä palaverirutiineista ja esimerkiksi venyttämään palaverin kestoa kovin paljon sovittun keston yli, ilman että se vaikuttaa koko päivän kulkuun.

Kenenkään ei ole pakko kertoa mielipiteitään ja ideoitaan aamupalaverissa. Siten on paljon persoonallisuudesta kiinni, kuinka paljon yksittäinen toimittaja vaikuttaa palaverin kulkuun. Toiset ovat luonnostaan puheliaampia kuin toiset, ja toiset saattavat taas arkailla avata suunsa monen ihmisen kuullen. Tähän vaikuttaa myös kokeneisuus ja status. Pitkään talossa ollut kokee aamupalaveritilanteen varmasti kotoisampana kuin juuri aloittanut määräaikainen, ja siten myös kynnys kertoa mielipiteensä on hänellä matalampi. Esimerkiksi Keski-suomalaisen koko toimituksen aamupalaverissa saattoi olla läsnä lähes 20 henkilöä, mutta aktiivisesti keskusteluun heistä osallistui alle puolet. Yksittäisen toimittajan portinvartijavaltaan vaikuttaa myös asennoituminen aamupalaveriinkin. Jotkut haastatelluista toimittajista eivät esimerkiksi pitäneet aamupalaveria kovin merkittävänä ideointipaikkana. Sen mukaisesti voi olettaa, että he eivät myöskään esitä siellä kovin paljon ideoita.

Eräs toimittajista muistutti, että kaikesta etukäteissuunnittelusta ja palaverissa esitetyistä hienoista ideoista huolimatta yksittäinen toimittaja on se, joka menee keikoille ja kirjoittaa jutun.

”Teoriassa sanotaan aina, että palaverissa jalostetaan ideoita, mutta todellisuudessa yksittäinen toimittaja tekee edelleen jutun. On ikuisuuskyseminen, että miten idean jalostaminen tapahtuu. Edelleen palaverista lähdettäessä juttu on kaoottisena toimittajan työstettävänä, eivätkä alkuoletukset välttämättä pidä paikkaansa. Kyllä se toimittaja vieläkin päättää.”

7.4 Esimiespalaveri portinvartijuuden ytimessä

Sanomalehtien esimiespalaveri toimii portinvartijan roolissa erityisesti uutisten painoarvoa ja sijoittelua koskevissa kysymyksissä. Päivän pääjutun tai juttujen valinta ja ideointi oli keskeisellä sijalla sekä Etelä-Saimaan että Savon Sanomien esimiesten aamupalaverissa. Siten esimiespalaveri vaikuttaa siihen, mitä uutisia lukijoille esitetään päivän tärkeimpinä ja mitkä taas voi laittaa pienemmällä.

Tällaisissa painoarvokysymyksissä toimituksen ja osastojen esimiehet ovat tavallista

toimittajaa tärkeämpiä portinvartijoita. Toisaalta, esimiespalaverissa ideoiduista jutuista ei välttämättä loppujen lopuksi synnykään uutista tai toimittaja voi löytää asiaan aivan uuden sisällön tai näkökulman juttua tehdessään. Esimiespalaverissa luodaan vain suuntaviivat kuluvalle päivälle, jotka voivat muuttua vielä päivän mittaan monen muun portinvartijan vaikutuksesta. Suuntaviivoina ne kuitenkin ohjaavat merkittävästi päivän kulkua.

Esimespalaverissa päätetään myös sivujen ja resurssien käytöstä. Nekin osaltaan toimivat portinvartijoina. Sen takia voi ajatella, että esimiespalaveri on toimituksellisen työn portinvartijuuden ydin, jossa tehdään tärkeimmät päätökset päivän kulusta ja jonka päätöksille loppupäivän tapahtumat rakentuvat. On kuitenkin huomattava, että Savon Sanomissa ja Keski-suomalaisessa myös edellispäivän iltapäiväpalaveri näyttelee merkittävää roolia seuraavan päivän uutisointia muokatessa. Esimerkiksi Keski-suomalaisessa päivän pääuutiset oli kaikilla osastoilla lyöty jo alustavasti lukkoon edellisenä päivänä. Tämä kertoo siitä, että myös sanomalehdissä siirrytään yhä enemmän pitkän linjan suunnitteluun ja ennakointiin. Tämä puolestaan vähentää aamun palaverin tärkeyttä portinvartijana.

7.5 Muu media ja lähteet

Muu media oli melko paljon esillä aamupalavereissa sekä kilpailijan että idealähteen ominaisuudessa. Jonkun verran palavereissa kommentoitiin mahdollisia uutisvoittoja tai -tappioita ja muiden lehtien juttuja samasta aiheesta.

”Mut jos aamulehti sitä käsittelee niin meidänkin on pakko, muuten se näyttää tosi pahalta.”

”Me hävittiin sisikselle äänekoskella, me hävittiin radiolle täällä ja sähköselte..”

”Välillä vähän niinku häiritsee meidän tuotantoa samanlaisilla ideoillaan.”

Enemmän keskustelu kuitenkin koski sitä, miten muissa medioissa olleita juttuja voisi jatkojalostaa omaan lehteen. Usein muu media mainittiin myös tietolähteenä. Mainintojen perusteella toimituksissa luetaan erityisen ahkerasti Helsingin Sanomia, saman konsernin sisaruslehtiä ja alueen paikallislehtiä. Lisäksi aamun televisiouutisiin viitattiin joitakin kertoja. Muiden tiedotusvälineiden juttuja

käytettiin jonkun verran myös uutiskriteereinä. Jos joku juttu tai aihe oli ollut jossakin muussa mediassa, se riitti perusteluksi sille, minkä takia aihetta pitäisi käsitellä omassakin lehdessä.

”Virtaongelmista kannattaa kattoo it-viikon juttu.”

”Onks tää miten iso juttu nää Finlandia-ehdokkaat? Oisko se niinku jutun väärä uutisaukeamalle?” ”Hesari sen kuitenkin varmaan jotenkin nostaa.”

”Tän päivän Kouvolan Sanomissa oli aiheeseen liittyen..”

”Toinen asia on sitten se että sattuko joku kattomaan eilen ajankohtaisen kakkosen? Siitä pakkoruotsikeskustelusta?”

”No aamu-uutisissahan oli blue1:lta että ne on ihan sijaiskärsijöitä.”

”Mutta siis semmonen aihe mikä minusta vois olla aiheena meilläkin särähti silmään kun luin paikallislehteä.”

Muun median tärkeys idealähteenä tekee siitä huomattavan aamupalavereiden portinvartijan. Jos aihe on ollut esillä yhdessä mediassa, on sen yleensä positiivinen voima, joka helpottaa asian julkisuuteen pääsyä muissakin medioissa. Tähän tietenkin vaikuttaa myös se arvostus, jota asian esille nostanut media nauttii. Samalla vahvistuu käsitys siitä, että toimittajat saavat suuren osan ideoistaan muuta mediaa seuraamalla. Samaan johtopäätökseen tulivat tutkimuksessaan myös Nylund ja Agnesdotter (2009). Heidän mukaansa toimittajat käyttävät mittatikkuna muuta mediaa tällä hetkellä tärkeiden asioiden määrittämiseen (2009, 74). Tämä taas voi vaikuttaa siihen, että omien kokemusten uutisarvoa on vaikea määritellä. Tämä puolestaan voi olla ainakin osasy sille, että omiin kokemuksiin perustuvia uutisideoita esitettiin vain vähän sekä Hufvustadsbladetin että tähän tutkimukseen kuuluvien lehtien aamupalavereissa. On selvä, että muun median runsas käyttö idealähteenä vahvistaa median ideologista valtaa, kun samat aiheet toistuvat eri medioissa ja tällä tavalla niiden tärkeys korostuu. Lisäksi ideointirutiinina muun median seuraaminen vähentää ideoiden luovuutta ja monipuolisuutta.

On syytä muistaa, että haastatteluissa toimittajat mainitsivat käyttävänsä paljon muitakin ideointirutiineja kuin muun median seuraamista. He kertoivat saavansa juttuideoita kaupungilla liikkeessaan ja kavereiden kanssa jutellessaan. Todennäköisesti nämä ideat sitten esitetään jossakin muussa vähemmän virallisessa

tilanteessa kuin aamupalaverissa.

7.6 Lukijat, lähteet ja mainostajat portinvartijoina

Lukijat, lähteet ja mainostajat olivat kaiken kaikkiaan varsin vähän esillä tutkittujen lehtien aamupalaverissa. Lukijat olivat esillä jonkun verran lähinnä uutiskriteerinä, viittauksena siihen, että tietty juttu saattaisi kiinnostaa lukijoita tai olla heille hyödyllinen. Jonkun verran keskusteltiin myös siitä, minkälaisen vastaanoton jutut olivat saaneet.

”Se hämmensi lukijoita”. ”Nyt vois kansalaisille kertoa että tarteeko ne sen vai ei. Vois ruveta että tarviiko hän sitä vai ei ja jos tarvii niin miksi.” ”Kimppakyyti kuitenkin koskettaa noita kauempana asuvia lukijoita.”

Poikkeuksena lukijoiden huomaamattomuuteen aamupalaverissa oli yksi varsin pitkä Keskisuomalaisen aamupalaveri, jossa lukijat ja heidän ideansa olivat vahvasti esillä. Tässä palaverissa käytiin läpi lukijatapahtumassa esille tulleita lukijoiden juttuideoita ja niiden toteuttamista. Myös muissa lehdissä mainittiin harvakseltaan lukijat juttuideoiden lähettäjinä.

”Niitä tulee aika paljon lukijoiltakin juttuja, välillähän niitä laitetaankin. Näkyyhän tuo kiinnostavan.”

Savon Sanomien ja Keskisuomalaisen aamupalaverissa seurattiin myös varsin ahkerasti, miten paljon lehden verkkosivujen lukijat selasivat eri juttuja. Tällä tavalla lehdet pysyvät reaaliaikaisesti kärryillä siinä, mitkä jutut verkkolukijoita kiinnostavat.

Juttujen lähteisiin ja kohteisiin liittyvä keskustelu oli useimmiten melko kriittistä arviointia lähteen sopivuudesta tiedonantajaksi. Varsinkin poliitikkojen ja virkamiesten sanomisia kommentoitiin usein kriittisessä sävyssä. Tämä heijastaa toimittajien omaksumaa valtiovallan vahtikoiran roolia, joka on perinteisesti lueteltu osaksi journalismin hyveitä ja journalismin yhteiskunnallista tehtävää. Toisaalta perusteltiin myös sitä, minkä takia jonkun lähteen sanomisiin voi luottaa.

”Se nyt tietysti on virkamiesten poliittista puhetta.” ”Sehän oli aika hyvä asiantuntija.”

”Tää on vakavasti otettava luontoharrastaja.”

”Niinku noin ylipäättään aina kannattais kriittisesti suhtautua näihin kaivosjuttuihin..siinä aina joku yhtiöt vedättää osakkeita.”

”Se tiedottaja on hyvin taitava, ei semmosta asiaa oo missä Finnair ei oo jotenkin syyllinen.”

”Säilytä viileytesi ja anna niitten kertoa tyhmät kommenttinsa sitten.”

”Kuulosti ihan vilpittömältä, mä en tiedä oliko se vilpitöntä. Ehkä me ollaan kynyisiä me toimittajat”.

Muutaman kerran lähteet olivat selvästi esillä myös portinvartijan roolissa. Näin tapahtui esimerkiksi erään koiranäyttelyjutun yhteydessä, kun yhdeksi jutun toteutuskriteeriksi mainittiin lähteen aktiivinen pyrkimys julkisuuteen.

”Koiranäyttely hoidettiin kaiken kaikkiaan hyvin kun sieltähän tulee herkästi palautetta että me ei välitetä ja muuta niin nyt oli ennakkojuttuja.”

Monien muidenkin juttujen toteutus lähti toki siitä, että lähde oli ensin lähestynyt toimitusta tiedottamalla tapahtumasta. Usein aamupalavereissa manailtiin esimerkiksi sitä, että tiedote oli tullut liian myöhään, eikä siihen näin ollen ehditty reagoida. Tämä puolestaan vahvistaa käsitystä siitä, että toimitusrutiinien ja -käytäntöjen tuntemus auttaa lähteitä saamaan viestinsä läpi.

”Ei ennätä kyllä vaikka ois kaasu pohjassa.” ”Tuosta tuli tieto ajankohtaisesti eilen iltana, oiskohan kahekestalta vai ysiltä.” ”Minä luulen että soitan ja sanon että tämmönen peli ei vetele.”

Mainostajat olivat aamupalavereissa esillä vain mainoksiin ja ilmoitusten sijoitteluun liittyvässä keskustelussa. Myydyt ja sovitut mainokset menevät lehdessä juttujen edelle siten, että jutut sovitetaan ilmoitusten mukaan eikä päinvastoin.

”Mehän on pietty näissä joskus sellastkin että ruokasivu on siirretty päivällä. Ei se oo niin kardinaali jos ei oo esim. myyty määräpaikkailmotuksia.”

7.7 Journalistiset periaatteet ja toimituskulttuuri aamupalavereissa

Eniten yleiset journalistiset periaatteet näkyivät aamupalavereissa siinä, että juttuja

kommentoitiin usein objektiivisuuden ja tasapuolisuuden näkökulmasta. Muutamia juttuja kritisoitiin yksipuoleisuudesta tai toimittajan oman asenteen näkymisestä jutussa liian selvästi. Tämä kuvastaa sitä, että journalismin perinteiset ihanteet totuudellisesta ja tasapuolisesta tiedonvälityksestä ovat edelleen huomattava portinvartija toimituksissa. Juttu pitäisi kirjoittaa siten, että se ainakin vaikuttaa objektiiviselta.

”Siinä vaimonhankintajutussa ois ehkä voinu yhtä miestäkin haastatella, se oli ihan vaan naisten näkökulmaa”.

”Luotan siihen et ..on tehny nää valinnat faktoihin perustuen. Nää on kyllä totta että yhdellä sanalla saa sen koko jutun pohjan pois jos oikein huonosti käy, ikäänkuin otetaan liian selvästi kantaa”.

”Minä inhoan koko ohjelmaa mutta yritän objektiivisesti ajatella että ei panna.”

”Että tuota on susi niin on varsin subjektiivinen käsitys.”

”Todennäköisyys on tietysti suurempi että se meni niinku tossa meidän jutussa olikin, mutta kun todennäköisyydellä ei kannata hirveesti uutistyössä pelata.”

Joistakin kommentteista kävi myös selvästi esille toimittajan ja toimituksen kanta uutisoitavaan aiheeseen.

”Tekee kipakan jutun siitä kuinka älytöntä on viedä lailliset graffitiseinät sinne asti kun eihän näitä kiinnosta muut kuin laittomat pinnat mihkä näitä saa tehdä”.

Kommentti kertoo siitä, että aina toimittajat eivät näe itseään tasapuolisina kertojina, vaan myös aktiivisina vaikuttajina. Tällainen asenne oli huomattavissa myös joitakin kolumneja koskeissa kommentteissa.

”Toivottavasti X:n kolumni on keskustelun herättäjä?” ”Se oli räväkkää tavaraa ja omakohtaisia kokemuksia.”

Kommenteista on havaittavissa uudenlainen journalistisen kulttuurin vivahde. Tasapuolisen raportoimisen ohella on suotavaa ja jopa suositeltavaa, että toimittaja ottaa räväkästi kantaa kolumneissa ja muussa mielipideaineistossa.

Toimituskulttuuria määrittelevä toimituksen kaksoisrooli toisaalta osana kaupallista organisaatiota ja toisaalta osana kansalaisia palvelevaa tiedonvälitystä ei näkynyt suoraan havainnoituissa aamupalavereissa. Molemmat roolit olivat esillä

palavereissa, mutta niiden välille ei syntynyt ristiriitaa. Kaupallisen organisaation rooli näkyi esimerkiksi tilakysymyksissä, missä mainokset säätelevät sivujen ja juttujen määrää. Lisäksi kaupallisuuden voi ajatella näkyvän siinä, että verkon luetuimpiin uutisiin kiinnitettiin paljon huomiota. Tähän sisältyy ajatus tarjota lukijoille juttuja, joita mahdollisimman moni haluaa lukea ja sitä kautta kasvattaa lehden lukijoiden määrää. Toisaalta juttuja perusteltiin myös sillä, että kansalaisten tai lukijoiden olisi hyödyllistä tietää asiasta, eli palvelevan tiedonvälityksen näkökulmasta. Kiinnostavuus -uutiskriteerissä nämä molemmat roolit limittyvät. Kiinnostava juttu ensinnäkin säilyttää lukijan innon lehden tilaamiseen ja toiseksi lukija mitä luultavimmin kokee kiinnostavan jutun myös hyödyllisenä. Ehkä osittain tämänkin takia kiinnostavuudesta on tullut niin suosittu uutiskriteeri.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa maakuntalehtien aamupalavereiden tehtävää osana toimituksen työpäivää ja portinvartijuutta. Tässä luvussa teen johtopäätökset saamistani tuloksista, arvioin tutkimukseni kulkua ja pohdin tutkimuksen kuluessa heränneitä jatkotutkimusideoita. Kuten huomata saattaa, aamupalaverien rooli osana toimitusrutiineja on kytköksissä sen tehtävään portinvartijana. Sen takia käsittelen molempia näkökulmia rinnakkain.

Kaiken kaikkiaan aamupalavereiden tehtävän voi tiivistää kolmeen seikkaan; työnjakoon, ideointiin ja tiedottamiseen. Näiden kolmen tehtävän painoarvo vaihteli huomattavasti eri lehdissä, ja siten myös aamupalavereiden rooli portinvartijana. Keski-suomalaisessa koko toimituksen yhteinen palaveri keskittyi tiedottamiseen. Etelä-Saimaassa esimiesten palaverissa korostui ideointi, osastopalaverissa taas työnjako. Myös Savon Sanomien esimiesten palaverissa ideointia oli melko paljon, mutta vahvasti ongelmanratkaisunäkökulmasta. Lisäksi kunkin osaston sivumääristä ja ilmoitusten määristä tiedottamiseen ja keskustelemiseen käytettiin paljon aikaa Savon Sanomien aamupalaverissa. Uutisosaston aamupalaveri keskittyi enemmän työnjakoon, mutta sielläkin ideointiin jonkun verran.

Vaikka aamupalaverit ovat erilaisia, pitävät toimittajat niitä edelleen tärkeänä osana työpäivää. Haastatelluista 16 toimittajista vain yhden mielestä aamupalaverit olivat tarpeettomia. Tämä osoittaa sen, että muut työn suunnittelun välineet, kuten sähköinen työnjakolista, eivät ole korvanneet aamupalavereita.

Tämä tutkimus osoittaa myös sen, että aamupalavereita voi toteuttaa monella tavalla. Myös niiden tehtävä ja tarkoitus saattavat vaihdella. Siinä mielessä oppikirjojen perinteinen kuvaus aamupalavereista päivän juttujen toteutuksen suunnittelupaikkoina (esim. Huovila 2005) on vähintäänkin yksinkertaistettu. Suunnittelun ohella ne ovat yhtä paljon tiedotustilanteita ja työnjakohetkiä.

Kaikki palaverit ovat pala monimutkaista portinvartijuutta, jolla päivän uutisvalinnat

muokkautuvat sellaisiksi kuin ne ovat. Toisaalta ne ovat hyvin käytännöllinen ja arkinen osa portinvartijuutta, sillä siellä jaetaan toteutettavat työt ja eri osastojen sivumäärät. Toisaalta taas aamupalaverit rutiinina vahvistavat myös syvempää ideologista ja kulttuurista käsitystä siitä, mikä on yleinen hyväksyty journalistinen käytäntö ja lehden oma käytäntö ja julkaisulinja. Siten aamupalaverit jokapäiväisenä rutiinina ovat myös vahva sosiaalistaja toimituksen ja journalismin käytäntöihin. Esimerkiksi muun median seuraaminen ja käyttö idealähteenä sekä tasapuolisen uutisoinnin tavoiteltavuus ovat käytäntöjä, jotka olivat selvästi esillä aamupalavereissa ja siten käytäntöjä, jotka sisäistetään viimeistään siellä.

Portinvartijuusketjun monimutkaisuus tuli hyvin esille tässä tutkimuksessa. Uutisidea saattaa kulkea kolmen tai jopa neljän palaverin kautta ennen kuin se päättyy toteutusvaiheeseen. Savon Sanomissa ja Keski-suomalaisessa seuraavan päivän listan miettiminen aloitetaan jo edellisen päivän iltapäiväpalaverissa. Listan jalostamista jatketaan sitten aamun esimiespalavereissa ja viimein osastopalavereissa. Savon Sanomissa on kaksi esimiestason aamupalaveria, joten listaan saattaa tulla muutoksia tai uusia ideoita ja näkökulmia molemmissa niissä. Lopulta listan työt jaetaan osastopalavereissa tekijöilleen, joiden odotetaan hakevan ja toteuttavan idean mukainen uutinen.

Jokainen palaveri ja palaveriosallistuja toimivat portinvartijana, mutta portinvartijavallan voimakkuus luonnollisestikin vaihtelee. Esimerkiksi palaverin vetäjillä on palaveritilanteessa eniten valtaa, koska he päättävät palaverin kulusta. Muutoin yksittäisen toimittajan portinvartijavalta on kytköksissä toimittajan henkilökohtaisiin piirteisiin ja asemaan toimituksessa. Puhelilla ja pitkään toimituksessa olleella toimittajalla on aamupalaveritilanteessa enemmän valtaa kuin hiljaisella tai juuri saapuneella toimittajalla.

Haastateltujen uutis- ja toimituspäälliköiden mukaan aamupalaverit ovat ensisijaisesti päivän kartoittamis- ja työnjakohetkiä. Kaikki mainitsivat palaverien tavoitteeksi myös ideoinnin, vaikka Savon Sanomien toimituspäällikkö mainitsikin sen olevan vähäisemmässä roolissa. Etelä-Saimaan uutispäällikkö mainitsi myös, että aamupalaverissa on toivottavaa myös vielä arvioida ja pohtia päivän juttuantia siitä näkökulmasta, että tuleeko näistä hyvä lehti vai voisiko jotakin tehdä vielä toisin.

Myös haastatellut toimittajat pitivät työnjakoa itsestään selvänä osana palaveria, mutta monissa vastauksissa korostui, että parhaimmillaan se on lisäksi jotakin enemmän.

Parhaimmillaan aamupalavereissa ideoidaan ja jalostetaan näkökulmia, eikä vain tyydytä valmiin listan esittämiseen ja jakamiseen. Tätä ideoiden esittämistä ja jalostamista tapahtui havainnoiduissa palavereissa varsin vaihtelevasti. Usein aamupalaverin syvällisemmät, arvioivat ja ideoivat päämäärät jäivät vähäisiksi. Tähän vaikuttaa se, että vartissa ei ehdi käydä läpi kovinkaan paljon asioita. Lisäksi arkisen työn rutiininomaisuus tuottaa helposti sen, että aamupalaveritkin päätetään tyytyväisinä siinä vaiheessa, kun lehden sivut näyttävät tulevan täyteen ja kaikilla on päivän työt selvillä. Koska ideointia aamupalavereissa pidetään kuitenkin positiivisena seikkana, on idean esittäminen aamupalaverissa positiivinen voima, joka helpottaa idean pääsemistä eteenpäin. Tästä kertoo esimerkiksi se, että aamupalaverissa esitettyä ideoita kohtaan ei juurikaan esitetty kritiikkiä.

Aamupalavereissa oli esillä kahdenlaista ideointia. Toisaalta ideointi oli vapaata ja idealähtöistä, toisaalta taas pakonomaista tilan ja etusivun täyttämistä. Idealähtöisellä ideoinnilla tarkoitan tilannetta, jossa joku palaverin osallistujista aloittaa ideoinnin tyyliin 'hei mul on idea' tai 'tuli mieleen, että voisi tehdä siitä ja siitä'. Pakonomainen tai rutinoitunut ideointi alkaa siitä, kun palaverin vetäjä toteaa ideoinnin tarpeellisuuden tyyliin 'pääjuttu on vielä hakusessa' tai 'nyt menis vähän ideoinnin puolelle'.

On selvä, että pakonomaisessa ideoinnissa toimittajien ammattitaito ja ideointirutiinit tulevat enemmän kuin tarpeeseen, sillä päivän pääjuttu pitäisi keksiä muutamassa minuutissa. Silloin helpointa on turvautua turvallisiin ja tuttuihin ideoihin, kuten STT:n tarjoaman jutun paikallistukseen tai jonkun oman aiheen jatkojuttuun. Silloin ei myöskään ole varaa hylätä ehdotettua ideaa kovin helposti, joten ensimmäinen mukiinmenevä idea yleensä myös hyväksytään. Idealähtöisissä ideoissa tilanne on toinen, koska päivän lehden täytyminen ei ole kiinni niiden toteutumisesta. Niiden näkökulmia ja tarpeellisuutta voi pohtia pitempäänkin. Joskus idea ja sen kehittäminen jäävät kuitenkin puolitiehen, kun palaverin vetäjä päättää siirtyä seuraavaan aiheeseen.

Lehden tilat ja päivän listan valmiusaste vaikuttivat siihen, kuinka paljon aikaa ideointiin käytettiin. Kaikissa havainnoiduista palavereista ideointiin ainakin jonkun verran. Etelä-Saimaan aamupalavereissa ideointia oli määrällisesti eniten. Siellä mietittiin ja päätettiin päivän alustava lähtöjuttu, kun se muissa lehdissä oli usein lyöty lukkoon jo aiemmin. Keski-suomalaisessa toimituksen yhteisessä aamupalaverissa ei esitetty päiväkohtaisia ideoita tai muutoksia päivän listaan, mutta esitettiin jonkun verran ideoita tulevien lehtien varalle. Tämä palaveri oli myös ainoa, jossa ideoiden kysyminen oli osa palaverirutiineja. Kovin monta ideaa palavereissa ei kuitenkaan esitetty, koska palaverin ohjepituus 15 minuuttia oli tässä vaiheessa usein jo loppumassa ja osallistujilla kiire päivän töihin ja muihin palaverihin.

Ideointilähteenä palavereissa korostui muu media. Omiin kokemuksiin perustuvia ideoita esitettiin vain harvoin. Tämä kertoo ainakin siitä, että muu media on vakiintunut idealähde, jonka mukaan arvotetaan päivän agenda ja asioiden ja tapahtumien tärkeyttä. Saman seikan tutkimuksessaan Hufvustadsbladetin palaverikäytännöistä huomanneet Nylund ja Agnesdotter toteavat, että loppujen lopuksi sanomalehden tekemiseen ei kovin paljoa luovuutta tarvita (2009, 77). Ideatkin tulevat useimmiten rutiininomaisesti päivän agenda seuraamalla. Tämä vahvistaa muun median valtaa portinvartijana ja esimerkiksi Shoemakerin (1991) huomiota siitä, että toimittajat perustelevat omia uutisvalintojaan muiden medioiden uutisoinnilla.

Uutiskriteerinä aamupalavereissa käytettiin useimmiten asian kiinnostavuutta. Voisi ajatella, että kiinnostavuus uutiskriteerinä on korvannut muut kriteerit. Se on periaate, jonka mukaisesti nykyiset toimitukset tekevät uutisvalintansa. Mielenkiintoinen huomio tutkimustuloksissa oli se, että kenenkään ideaa ei hyllytetty sillä perusteella, että asia ei olisi kiinnostava tai tarpeeksi tärkeä. Tämä kertoo toisaalta siitä, että palavereissa ei haluta konflikteja ja toisaalta siitä, että toimittajat ovat sisäistäneet yleensä hyvin samankaltaiset kriteerit sille, mikä tekee jutusta kiinnostavan ja siten julkaisun arvoisen.

Kaikkiaan rutiininomaisuus nousi leimalliseksi piirteeksi aamupalavereissa. Voi hyvin huomata, että toimittajat ovat istuneet lukemattomissa samantyyppisissä

palavereissa päivän toisensa jälkeen. Palavereissa käyty keskustelu ja työnjako toistuvat usein samankaltaisena. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että toimituksen rutiinit ovat julkaisuprosessin ehkä tärkein yksittäinen portinvartija. Tulos on yhtäpitävä esimerkiksi Shoemakerin tutkimustulosten kanssa (Shoemaker et al 2001).

Aamupalavereista voi huomata, että toimituksissa on ainakin jonkun verran siirrytty kohti editoivaa ja suunnittelevaa työtapaa. Tämä näkyi parhaiten Savon Sanomien ja Keski-suomalaisen aamupalavereissa, koska niissä päivän juttulista oli yleensä jo paljon valmiimpi kuin Etelä-Saimaassa. Mallilukijakonseptia tai muita ideointityökaluja ei tutkituissa aamupalavereissa käytetty. Päivän juttujen ideointi mallilukijan avulla voisi kuitenkin olla virkistävää vaihtelua aamupalaverirutiineihin. Lukijatutkimusten perusteella muokatut mallilukijaprofiilit voisivat auttaa kun mietitään, mitkä asiat lukijoita kiinnostavat juuri sillä hetkellä. Mitäs meillä tänään on tarjolla -kysymyksen sijaan voisi välillä pohtia sitä, mitä mallilukija 45-vuotias perhehoitaja Leena Virtanen tänään lukisi mielellään lehdestä. Tällainen tekniikka toisi lukijat vähän lähemmäksi journalistista päätöksentekoa ja auttaisi muistamaan, kenelle toimittajat oikeastaan lehteä tekevät.

Havainnointi ei ole kovin suosittu tutkimusmenetelmä journalistiikan graduissa. Syitä tähän voi olla monia, mutta ainakin yksi niistä on menetelmän työläys. Lisäksi niistä tehtävät tulkinnat voivat tuntua haasteellisilta. Ainakin itse törmäsin näihin kahteen ongelmaan tätä gradua tehdessäni. Valittu tutkimusaineiston koko oli sopiva gradun laajuiseen työhön, mutta tutkimusongelman syvällisempään kartoittamiseen olisi tarvittu kenties huomattavasti laajempi aineisto.

Toisaalta havainnointi tutkimusmenetelmänä on myös antoisa ja avartava. Sen avulla on mahdollista saada monipuolista tutkimustietoa erityisesti journalistisista työprosesseista. Esimerkiksi tämä tutkimus olisi ollut lähes mahdotonta toteuttaa ilman havainnointia. En näe mitään syytä, minkä takia havainnointia ei kannattaisi harkita tutkimusmenetelmänä myös graduissa. Havainnointi tutkimusmenetelmänä voi olla jopa hauska, koska tutkija pääsee ulkopuolisena kurkistamaan toimitusten todelliseen arkipäivään. Havainnoinnin hankaluudet voisi ainakin osittain voittaa sillä, että gradun tekisi parityönä. Tällä tavalla havainnointiaineisto voisi olla

laajempi. Lisäksi aineistoa olisi käsittelemässä kaksi henkilöä, mikä lisäisi tulkintojen luotettavuutta.

Laadullisessa tutkimuksessa saatujen tulosten yleistettävyyden on aina oma kysymyksensä. Tässä tutkimuksessa tutkin kolmea maakuntalehteä, mutta pyrkimykseni oli saavuttaa tuloksia, joilla pystyisi toteamaan jotakin toimitusten aamupalaverikäytännöistä yleisemmälläkin tasolla. Yhtenäistä aamupalaverikäytäntörutiinia ei tämän tutkimuksen pohjalta voi muodostaa, sillä tutkitut palaverit osoittivat käytäntöjen kirjavuuden. Toisaalta sekin havainto, että palaverien kokoonpano ja palaveri-ideointi vaihtelevat lehdestä toiseen, on sinänsä oleellinen tutkimustulos. Se kertoo, että journalistiset työprosessit ja ylipäättään tapa tehdä ja arvottaa journalismia ovat ainakin jossakin määrin paikallisesti määrittäneitä. Palaverien vaihtelevista toteutuskäytännöistä huolimatta palavereista oli löydettävissä yhteisiä piirteitä, jotka voivat kuvata journalismin tekemistä yleisemminkin. Näitä ovat esimerkiksi muun median painoarvo ideointilähteenä ja kiinnostavuus -uutiskriteerin yleisyys.

Tutkimusaineistosta nousi esiin monia mielenkiintoisia seikkoja, joita on mahdollista syventää ja laajentaa tulevissa tutkimuksissa. Ensinnäkin palaverikäytäntöjä olisi mielenkiintoista tutkia esimerkiksi sähköisen median ja printtimedian välillä tai verrata päivän eri palavereja keskenään. Tällä tavalla voisi saada uutta tietoa toimitusprosessista kokonaisuutena eri välineissä. Lisäksi olisi kiinnostavaa selvittää tarkemmin, millä tavalla portinvartijuus muuttuu, kun toimituksissa siirrytään yhä enemmän suunnittelevaan ja editoivaan työtapaan. Olisi kiinnostavaa selvittää myös sitä, missä vaiheessa journalistista työprosessia esimerkiksi iltapäivälehtien skuupit syntyvät. Lisäksi ideointia olisi hyödyllistä tutkia enemmän. Ideointia voisi tutkia toisaalta rutiinien ja pakon, ja toisaalta luovuuden näkökulmasta. Myös kiinnostavuutta uutiskriteerinä olisi hyödyllistä avata ja syventää. Mitä toimittajat tarkoittavat kiinnostavalla? Kuinka yksimielisiä toimittajat ovat siitä, mitkä asiat ovat kiinnostavia ja mitkä eivät?

Tämän tutkimuksen kuluessa pohdin paljon sitä, mitkä aamupalaverikäytännöt ovat hyviä ja miten aamupalavereista voisi kehittää vielä parempia. Toimitustyön muuttuessa myös aamupalaverien luonne ja tehtävä muuttuvat. Suunnitteleva ja

editoiva työtapa vähentää uutispäivän aloittamista niin sanotusti tyhjältä pöydältä. Siten aamupalaverista tulee pahimmillaan turhauttava työnjakotilaisuus, jossa toimittajat istuvat kuuntelemaan tehtävälistaa, jonka he ovat jo lukeneet jobista. Samalla kynnyks toteuttaa päiväkohtaisia ideoita saattaa kasvaa, koska päivän uutisoitavat asiat on sovittu jo etukäteen.

Parhaimmillaan aamupalaveri olisi uudistuvassa työrutiinissa päivitys- ja ideointitilaisuus, jossa pohdittaisiin vielä päivän uutisaiheiden tärkeyttä ja näkökulmia. Niinä päivinä kun päivän uutisaiheet ja näkökulmat ovat jo selvillä, palaveriajan voisi käyttää vapaaseen ideointiin tulevien päivien varalle. Palaverien tärkeyttä toimituksen yhteishengen luojana ei ole syytä unohtaa. Aamupalaverin huumori ja niitä näitä juttelu auttaa jaksamaan työpäivän. Lisäksi kevyt ja kiireetön ilmapiiri parantavat luovuutta.

9 LÄHTEET

Agnesdotter, Louise & Nylund, Mats (2009): Ideer, kreativitet och redaktionsmöten på en dagstidning. *Nordicom-Information* 31. 1-2, pp. 65-79.

Apunen, Matti: Hei toimittaja, ketä kannatat? Kolumni julkaistu Helsingin Sanomissa 7.9.2010.

Becker Lee B. & Vlad, Tudor: News Organizations and Routines. Teoksessa Karin Wahl-Jorgensen & Thomas Hanitzsch (toim.) *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge. New York & Lontoo. Sivut 80-93.

Berkowitz, Daniel A. (1990): Refining the gatekeeping metaphor for local television news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 34, 55-68.

Berkowitz, Daniel A. (2009): Reporters and their sources. Teoksessa Karin Wahl-Jorgensen & Thomas Hanitzsch (toim.) *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge. New York & Lontoo. Sivut 123-136.

Bruns, Axel (2005): Gatewatching: collaborative online news production. P. Lang. New York.

Cassidy, William P. (2006): Gatekeeping Similar For Online, Print Journalists. *Newspaper Research Journal*, Spring 2006, Vol. 27 Issue 2, p. 6-23.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino, 1998.

Grönfors, Martti: Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät. WSOY: Porvoo, 1982.

Hamilton, J.T (2004): *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton University Press. Princeton.

Heinonen, Ari (1996): Ihanteet ja arki - Journalistien itsekritiikki. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija, Luostarinen, Heikki & Ukkola Merja (toim.) *Sopulisilppuri*.

Jyväskylä: Gummerrus, 87-104.

Heikkilä, Heikki & Laura Ahva & Jaana Siljamäki & Sanna Valtonen (2011). Syytä huoleen: Sosiaaliset verkostot median ja maailman tulkitsijoina. Teoksessa: Kangaspunta Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampere University Press.

Helle, Merja (2010): Toimitustyö muutoksessa. Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä. Väitöskirja. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print, Tampere.

Helle, Merja (2009): Journalistisen työn muutos. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Gaudeamus, Helsingin yliopisto paino, Helsinki. 91–111.

Helle, Merja (2004): Journalistit käytännön mankelissa. Tutkimus- ja kehittämishanke toimituksissa. Lisensiaatintutkimus. Tiedotusoppi. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta.

Helle, Merja ja Töyry Maija (2008): Mallilukijasta muutoksen työkalu. Tiedotustutkimus 2/2008. Tiedotusopillinen yhdistys TOY ja Nordicom.

Hemanus, Pertti (1990): Journalistiikan perusteet. Johdatus tiedotusoppiin 2. Yliopistopaino, Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (2003): Tutki ja kirjoita. Tammi, Helsinki.

Hujanen, Jaana (2006): Yleisön palvelu markkinaehtoistuvan median journalistien yhteisymmärryksessä. Tiedotustutkimus 29:2, 30–43.

Hujanen, Jaana (2009): Kiinnostavaa vai tärkeää? Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Gaudeamus, Helsingin yliopisto paino, Helsinki. 112-128.

Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero (2001): Sanomalehdistön nykytila, 62–92. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) 2001: Suomen

mediamaisema. Helsinki. WSOY.

Kunelius, Risto (1998): Viestinnän vallassa: Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki. WSOY.

Kuusisto, Päivi & Sirkkunen, Esa (1999): Journalismi uuden kynnyksellä. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos, julkaisusarja C 29/1999.

Kuutti, Heikki: Uusi mediasanasto. Atena, 2006.

Kuutti, Heikki, Sokka, Riitta & Nevalainen, Pasi: Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe: The case of Finland. European Media Policies Revisited: Valuing and Reclaiming Free and Independent Media in Contemporary Democratic Systems -projektin taustaraportti, 2010.

<http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/Finland.pdf>. Viitattu 1.3.2011.

Lehto, Keijo (2006): Aatteista arkeen. Suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971-2005. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.

Luostarinen, Heikki & Uskali, Turo (2006) Suomalainen journalismi ja yhteiskunnan muutos. Teoksessa Heiskala, Risto & Luhtakallio, Eeva: Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta? Helsinki: Gaudeamus.

Mörä, Tuomo (1996): Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Sopulisilppuri. Toim. Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija & Ukkola, Merja. Jyväskylä: Gummerrus. 105 - 116.

O'Neill, Deirdre & Harcup, Tony (2009): News Values and Selectivity. Teoksessa Karin Wahl-Jorgensen & Thomas Hanitzsch (toim.) The Handbook of Journalism Studies. Routledge. New York & Lontoo, 2009. Sivut 161-175.

Penttilä, Pauliina (2001): Pomona toimituksessa. Uutis- ja toimituspäälliköiden roolit

ja tehtävät pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä. Tiedotusopin pro gradu.
Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.

Pietilä Antti-Pekka (2007) Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Median
muodonmuutos. Helsinki: Art house.

Shardlow, Mignon (2009): Becoming a journalist: A study of professional identity
formation. Väitöskirja. The University of Western Australia.

Shoemaker, Pamela J. (1991): Communication concepts 3: Gatekeeping. Newbury
Park, CA: Sage.

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (1996): Mediating the Message: Theories
of Influences on Mass Media Content. New York: Longman Publishing Group.

Shoemaker, Pamela J., Eichholz, Martin, Kim Eunyi, Wrigley Brenda (2001):
Individual and routine forces in gatekeeping. Journalism & Mass Communication
Quarterly, Summer 2001, Vol. 78 Issue 2, p. 233-246.

Sipilä, Jorma (1991): Asiantuntija ja johtaja: miten hallitsen nämä kaksi roolia?
Espoo: Weilin + Göös.

Tuchman, Gaye (1978): Making News. A study in the Construction of Reality. The
Free Press, New York.

Toimitustilasto 2006. Helsinki: Sanomalehtien Liitto.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2002): Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi.
Helsinki. Tammi.

Julkaisemattomat lähteet:

Heikkilä, Heikki & Laura Ahva & Hanna Autio & Jaana Siljamäki & Sanna Valtonen
(2009): Kohti kiinnostavaa journalismia -hankkeen taustaraportti. Journalismin
tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto.

LIITE 1

Haastattelurungon kysymykset ja tiedot haastateltavista:

1. Millaisista asioista keskusteleet aamupalaverissa?
2. Ovatko aamupalaverit mielestäsi hyödyllistä työajan käyttöä? Miksi/miksi eivät?
3. Millainen merkitys aamupalavereilla on juttujen ideoinnissa?
4. Missä/miten muuten ideoit juttuja?
5. Mikä on mielestäsi aamupalavereiden tärkein tehtävä?

Haastateltavia oli yhteensä 16. Haastateltavista seitsemän oli Etelä-Saimaan toimittajia, seitsemän keskisuomalaisesta ja kaksi Savon Sanomista. Haastatelluista kaksitoista oli uutisosaston tai kotimaan osaston toimittajia, loput muiden osastojen toimittajia.

Yhden haastattelun litterointi:

Millaisista asioista keskusteleet aamupalavereissa?

Vastaus: No se riippuu paljon vetäjästä, välillä rönsyilee pahastikin. Riippuu myös siitä, mikä työpäivä on kyseessä. Vaihtelee paljon, paljon on tietysti sovittuja juttuja.

2. Ovatko aamupalaveri mielestäsi hyödyllistä työajan käyttöä? Miksi/miksi eivät?

Vastaus: On sikäli. Tietysti jonkunlaista on pakko olla, muuten voi käydä niin että on päällekkäisiä. Ongelma on, että on monta palaveria ja ihmiset ei tiedä mitä muut tekee. On hyödyllistä silloin kun ei veny, mutta sieltä voi myös poistua jos rönsyilee pahasti.

3. Millainen merkitys aamupalavereilla on juttujen ideoinnissa?

Vastaus: On ne siinä osana. Oikeasti ideat syntyvät muualla kuin aamupalavereissa, mutta tulee siellä myös ideoita. Enemmän se on sellaista tunnustelua, että oisko tässä jotakin.

4. Missä/miten muuten ideoit juttuja?

Vastaus: Jos tulee mieleen jotakin niin pallottelen naapurihuoneen kanssa. Tai sitten menen suoraan uutispöytäkirjojen puheille. Tai sitten laitan sähköpostia. Joskus törmää

kiireeseen, pomoilla ei välttämättä ole aikaa keskustella uutisideoista.

5. Mikä on mielestäsi aamupalavereiden tärkein tehtävä?

Vastaus: Ideoiden jalostaminen ja kehittäminen olisi tärkein tehtävä, mutta aina se ei toteudu. Työn jaon selkeyttäminen on tärkeää myös ja näkökulmien etsiminen.