

Journalismikritiikki suomalaisissa blogeissa

Matleena Ylikoski
Journalistiikan pro gradu -tutkielma
syksy 2014
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Matleena Ylikoski	
Työn nimi – Title Journalismikritiikki suomalaisissa blogeissa	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Marraskuu 2014	Sivumäärä – Number of pages 179
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Blogit ovat verkkoviestintää puhtaimmillaan. Ne ovat syntyneet internetissä ja ne hyödyntävät verkon ominaisuuksia, erityisesti hyperlinkkiä, verkkonatiivin luontevalla otteella. Journalismikritiikin alustaksi blogit sopivat erityisen hyvin: ne pystyvät kommentoimaan online-utisointia reaaliaikaisesti, niiden julkaisukynnys on matala, portinvartijoita ei ole, ja lisäksi potentiaalinen lukijakunta on suuri.</p> <p>Blogeja kirjoittaa melko pieni osa suomalaisista (5–7%), ja heistäkin vain murto-osa kirjoittaa journalismikriittistä blogia. Sen sijaan blogeja lukee nuoresta väestöstä reilu puolet, keski-ikäisistäkin kolmannes. Varsinkin verkossa aktiivisesti viihtyvälle nettikansalle blogit ovat tärkeä tiedonlähde. Jos tarvitaan tietoa siitä, mitä nettikansa journalismilta haluaa, sitä on perusteltua kysyä bloggaajilta, joiden journalismikritiikki on usein artikulointia ja analyttistä.</p> <p>Tämän tutkimuksen tehtävänä oli piirtää kokonaiskuvaa suomalaisten blogien journalismikritiikistä. Tutkimuksella etsittiin vastauksia kysymyksiin millaisia journalismikriittisiä blogeja suomalaisesta blogosfääristä löytyy, mitä niissä kritisoidaan, kuka niitä kirjoittaa ja paljonko niillä on lukijoita. Tutkimuksessa kysyttiin myös, olisiko blogeilla antaa journalismille eväitä murentuvan luottamuksen vahvistamiseen sekä taloudellisesta ja laadullisesta kriisistä selviämiseen. Tutkimuksen aineisto koostuu 51 journalismikriittisestä blogista kerätystä tekstiaineistosta sekä kyseisille bloggaajille lähetetyn tutkimuskyselyn tuloksista. Aineiston ulkopuolelle on rajattu päivätyön puolesta bloggaavat toimittajat sekä kansalaisjournalistiset uutisblogit.</p> <p>Määrällinen sisällönanalyysi osoitti, että kolmannes blogien journalismikritiikistä kohdistuu journalismin puolueellisuutta ja sen tuottamaa vääränlaista tietoa kohtaan. Tässä kritiikissä journalismi nähdään sekä aktiivisena omien tarkoitusperiensä ajajana että tahdottomana juoksupoikana, joka kritiikittä kuuluttaa milloin minkäkin tahon viestiä. Viidennes kritiikistä kohdistuu journalismin viihteellistymiseen ja klikkien kalasteluun, ja kymmenesosa journalismin rakenteellisen ja taloudellisen muutoksen analysointiin. Sanalla sanoen bloggaajien kritiikissä on kyse verkkojournalismin alennustilasta. Blogien ja bloggaajien mukaan mediataloissa ei ymmärretä eikä arvosteta verkon mahdollisuuksia journalismin avoimuuden, vuorovaikutuksellisuuden ja syvällisyyden lisäämisessä.</p> <p>Bloggaajat peräivät journalismilta sekä asenne- että käytännöllistä muutosta. Heidän katsannossaan laadukas (verkko)journalismi olisi paitsi hitaampaa ja syvällisempää, myös merkittäväällä tavalla avoimempaa kuin nykyään: yksinkertaisimmillaan avoimuus toteutuu linkkien, lähteiden julkistamisen, kunnollisten palautekanavien, hyvien oikaisukäytäntöjen ja itsekritiikin kautta.</p> <p>Toiseksi journalistien kuuluisi tunnustaa journalismin välttämätön subjektiivisuus ja kääntää se journalismin voitoksi. Tunnistamalla oman ideologisen kotipesänsä ja hiomalla yhteiskuntakriittisempää otetta työhönsä toimittajat voisivat tarjota yleisölle perusteltuja todellisuustulkintoja valheellisen totuuden asemesta. Yhdistettynä avoimuuden periaatteisiin tällainen journalismi olisi vastaanottavainen yleisön arvioinnille ja kritiikille, ja tuottaisi näin reilumman ja todenmukaisemman kuvan maailmasta kuin vanha objektiivisutta tavoitteleva journalismi. Tällöin myös luottamus journalismiin lisääntyisi.</p>	
Asiasanat – Keywords: Blogit, bloggaaminen, blogosfääri, journalismikritiikki, mediakritiikki, journalismin kriisi, journalismin murros, journalismin luotettavuus, journalismin todenmukaisuus	
Säilytyspaikka – Depository: Jyväskylän yliopisto	

Sisällysluettelo

1 Johdanto.....	4
2 Teoreettiset lähtökohdat.....	8
2.1 Journalismin murros.....	8
2.1.1 Digitalisoituminen ja taloudellinen kriisi.....	9
2.1.2 Kaikki journalismissa muuttuu – toimittajatkin.....	12
2.1.3 Luottamus rakoilee.....	18
2.2 Journalismikritiikki.....	21
2.2.1 Journalismikritiikin historiasta.....	21
2.2.2 Kriittinen yleisö ja journalismi.....	23
2.2.3 Kriittinen nettikansa ja journalismi.....	25
2.3 Blogit.....	29
2.3.1 Blogin lyhyt historia.....	30
2.3.2 Blogosfääri maailmalla ja Suomessa.....	31
2.3.3 Blogien ja journalismin suhde.....	34
2.3.4 Blogien journalismikritiikki.....	39
2.4 Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	41
3 Metodologinen kehys.....	43
3.1 Peruskäsitteiden määrittely.....	43
3.2 Blogiaineiston viisi tasoa.....	45
3.2.1 Ensimmäinen taso: aineiston rajaaminen.....	46
3.2.2 Toinen taso: journalismikriittiset blogit.....	48
3.2.3 Kolmas taso: blogikirjoitukset ja analyysiyksiköt.....	49
3.2.4 Neljäs taso: journalismikritiikin aiheet ja tahot.....	51
3.2.5 Viides taso: verkkokommentit.....	51
3.3 Tutkimuskysely aineiston täydentäjänä.....	53
3.4 Aineiston analyysi.....	54
3.4.1 Määrällinen sisällönanalyysi.....	54
3.4.2 Koodausohje ja koodaaminen.....	56
3.4.3 Metodologiset ongelmat – tekstien tulkinta.....	60
3.5 Tutkimuskysely ja sen analyysi.....	64
4 Tulokset.....	67
4.1 Vahtikoiran vahtijat.....	67
4.2 Journalismikriittiset blogit ja niiden lukijat.....	75

4.3. Mitä journalismissa kritisoidaan.....	82
4.4 Ketä kritisoidaan.....	107
4.5 Blogikeskustelujen luonne.....	110
4.6 Blogikirjoituksen sosiaaliset siivet.....	113
4.7 Journalismin todenmukaisuus ja luotettavuus.....	116
5 Johtopäätökset ja pohdinta.....	126
5.1 Journalismikriittinen blogosfääri on ohut.....	127
5.1 Hitaampi askel, syvällisempi ote.....	130
5.2 Avoimuus luo luottamusta.....	133
5.3 Uusi objektiivisuus.....	135
5.4 Laatujournalismin tie – mihin se vie?.....	141
6 Tutkimuksen arviointia.....	143
6.1 Eettisiä kysymyksiä.....	143
6.2 Analyysin luotettavuus.....	145
6.3 Tutkimuskyselyn luotettavuus.....	149
7 Yhteenveto.....	151
Kirjallisuus.....	154
Liitteet	

1 Johdanto

Taloudellisen, sosiaalisen ja eksistentiaalisen kriisin (esim. Nikunen 2011; Vehkoo 2011; Väliverronen 2009; Lehtinen 2013) kanssa kamppaileva journalismi on vihdoinkin luonut vakavan katseen internetiin. On käymässä selväksi, että verkko ei ole pelkästään journalismin kevyt liitännäinen, vaan se toiminta-alusta, jossa on – tai pitäisi olla – journalismin tulevaisuus.

Toimittajat ja mediatalot kyselevätkin nyt itseltään ja toisiltaan, miten he voisivat tuottaa ilmaista tietoa pursuavaan internetiin sellaista journalismia, josta ihmiset olisivat valmiita maksamaan: On tullut aika selvittää, *tarvitsevatko* internetissä liikkuvat ihmiset journalismia, tai ainakaan maksullista sellaista. Se on selvää, että jos journalismi haluaa tulevaisuudessakin olla se instituutio, joka tuottaa yhteiskuntaan luotettavaa, uskottavaa ja syvällistä (Lehtinen 2013, 95) tietoa, sen on kyettävä vakuuttamaan ihmiset siitä, että se pystyy ja osaa tuottaa mainitun kaltaista informaatiota. Vain erottamalla selkeästi internetin tarjoamasta kenen-tahansa-mistä-tahansa-näkökulmasta tuottamasta tiedosta journalismi voi pitää kiinni yleisöstään (Kortesuo, 4.10.2013). Vehkoon (2011, 212–214) mukaan kyse on lopulta siitä, että perinteisten uutisorganisaatioiden on tehtävä (verkko)journalismista tarpeellista ja välttämätöntä, toisin sanoen niin laadukasta, ettei se ole helposti korvattavissa.

Tämän hämmennyksen keskellä journalismin ennen niin kovin säyseä yleisö on noussut kapinaan! Erilaisia vastajulkisuuksia ja ruohonjuuritason mediakritiikkiliikkeitä nousee Suomessakin esille aika ajoin (esim. Laaksonen 2012), saati sitten meren takana Yhdysvalloissa, jossa erityisesti maan sotatoimet Lähi-idässä, sekä valtamedian raportointi näistä aiheista ovat jatkuvan kritiikin kohteina sosiaalisessa mediassa (Cooper 2006). Sosiaalinen media onkin tehokas alusta journalismikritiikille: linkkien ja ruudunkaappauskuvien avulla mediatalojen tekemät virheet ja kömmähdykset leviävät erityisesti Facebookissa ja Twitterissä kulovalkean tavoin. Voidaankin ajatella, että sosiaalisessa mediassa vallan makuun päässeet journalismin sidosryhmät toteuttavat

paitsi valvontaa ja vaikuttamista, myös eräänlaista rankaisijan roolia, erityisesti kun mainekriisissä on journalismin kaltaista symbolista instituutiota edustava taho (Laaksonen 2012, 60). Tällaista vahtikoiran vahtija -tehtävää toteuttavat erityisesti internetissä paljon liikkuvat nettiaktiivit, jotka kuluttavat journalismia keskimäärin enemmän kuin tavalliset lehden lukijat/uutisten katsojat. Nämä usein äänekkäät ja mielipiteensä kärjekkäästi argumentoivat aktiivit ovat netin tärkeitä mielipidevaikuttajia ja juuri se porukka, jonka toimittajat onlineissa todennäköisimmin kohtaavat (Vainikka et al. 2013, 70).

Erityisesti vahtikoiran vahtikoira -roolia on soviteltu bloggaajien hartioille (Cooper 2006). Cooperin mukaan (2006, 13–14) journalismikriittiset blogit toimivat vahtikoiran roolissaan samankaltaisesti kuin journalismi itse vahtiessaan yhteiskunnallista vallankäyttöä: journalismilla, sen paremmin kuin blogeillakaan, ei ole institutionaalista (rankaisu)valtaa, vaan niiden toiminta-alueena on ideoiden ja ajatusten markkinat. Molemmissa tapauksissa vahtikoiran ”puraisu” tarkoittaa uskottavuuden heikkenemistä: poliitikoiden osalta tämä johtaa äänikatoon, valtamedian osalta taas sen tuotteiden kysynnän laskuun. D. Cooper esittää jopa, että blogosfääri – blogien universumi – on kypsymässä täysimääräiseksi, itseohjautuvaksi ja -sääteläväksi yhteiskunnalliseksi instituutioksi; sanalla sanoen viidenneksi valtionmahdiksi [’Fifth Estate’] (Ibid. 14). Samaa käsitettä on käyttänyt myös William H. Dutton (2007) kuvaamaan koko internetin tiedollista ja verkostollista, siis demokraattista, voimaa.

Onkin aiheellista kysyä ”viidenneltä valtionmahdilta” itseltään (käsitettiin se sitten kaikkien internetissä liikkujien tai pelkästään bloggaajien muodostamaksi joukoksi) millaista journalismia he pitävät laadukkaana ja luotettavana, ja missä kohden nykyisenkaltainen journalismi pahiten epäonnistuu. Tässä tutkimuksessa nämä kysymykset on esitetty suomalaisille bloggaajille. Tähän rajaukseen päädyttiin useammastakin syystä: vaikka yleisön mielipidettä journalismista ja sen puutteista on tutkittu Suomessa paljonkin, valtaosa näistä tutkimuksista on tehty ennen internetin aikakautta, tai muuten vain internetin ulkopuolella (esim. Heikkilä et al. 2012). Käsitys nettiyleisön mielipiteistä on siis vielä melko hahmoton. On kuitenkin viitteitä siitä, että

nettiyleisön näkemykset eroavat joiltakin osin perinteisten mediayleisöjen näkemyksistä (Vainikka et al. 2013).

Toisaalta yleisöjen näkemyksiä etsitään yleensä kyselytutkimuksin ja haastatteluin. Esimerkiksi Vainikan ym. (2013) tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella, joka lähetettiin muutamille suosituimmille sosiaalisen median keskustelufoorumeille. Toinen internetissä tehty, yleisön mediakritiikkiä kartoittava tutkimus koski Ilta-Sanomien internetsivuilla käytyjä keskusteluja journalismin tilasta ja muutostarpeista (Vesa 2010).

Molemmissa tutkimuksissa nettiyleisön mediakritiikkiä siis etsittiin foorumilta, jossa ihmiset ikään kuin asettuivat varta vasten median kriitikoiksi. Sen sijaan ottamalla aineistoksi blogikirjoituksia ja niiden synnyttämiä keskusteluja pyrin tavoittamaan nettiyleisöjen ensisijaisen, spontaanin, kritiikin. Omaehtoisessa blogikirjoittelussa/-kommentoinnissa nousevat näkyviin ne asiat, jotka journalismin arkisessa esiintymisessä ihmisiä harmittavat. Oletettavasti tällöin näkyviin tulevat myös yksityiskohdat ja pienet asiat, jotka helposti jäävät suurten linjojen ja yleistysten taakse silloin, kun mediaa aletaan arvostella oikein asiasta tehden ja ”olan takaa”.

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu kahdesta osasta: tekstiaineistosta, joka on kerätty 51 journalismikriittisestä blogista, sekä tutkimuskyselystä, joka lähetettiin aineiston bloggaajille. Blogeista kerättyä tekstiaineistoa lähestytään määrällisen sisällönanalyysin keinoin. Tutkimuksen tavoitteena on hahmotella kokonaiskuvaa siitä, millaista suomalaisten bloggaajien kritiikki journalismia kohtaan on vuonna 2013. Ketä mediakritiikkiä harrastavat bloggaajat ovat, miksi he ovat kiinnostuneita kritisoidaan journalismia, millaiset asiat heitä puhuttavat, millaisiin virheisiin he tarttuvat ja mitkä asiat vievät journalismilta uskottavuutta heidän silmissään. Lisäksi pyritään selvittämään, kiinnostaako heidän journalismikritiikkinsä toisia internetissä liikkuvia ihmisiä.

Laajemmin ottaen tutkimusongelmani on, millainen merkitys blogeilla on journalismikriittisessä keskustelussa Suomessa: voisiko blogosfääristä löytää jotain

omintakeista kritiikkiä ja sen myötä uudistumisehdotuksia kriisissä kamppailevalle journalismille.

Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksessa tehtävä tutkimus asettuu kolmelle alueelle: ensinnäkin työyhteisöviestintään ja viestintäammatteihin, toiseksi yrityskontekstin kriiseihin, ongelmiin ja innovaatioihin ja kolmanneksi viestinnän ja median teknologiseen ja kansainväliseen kehitykseen, johon viimeksi mainittuun myös perinteinen journalismintutkimus luetaan. Oma tutkimuskohteeni – journalismikritiikki blogeissa – sijoittuu perinteiseen journalismintutkimukseen pienellä teknologisella lisämausteella höystettynä eli siis laitoksemme kolmanteen tutkimuspainoalueeseen.

2 Teorettiset lähtökohdat

2.1 Journalismin murros

Journalismi kulkee yhteiskunnassa etukenossa: se haistelee uusia tuulia, etsii uusia näkökulmia, on yleensä ottaen muutoksen puolella tai suorastaan aiheuttaa sitä. Siksi on helppo todeta, että journalismi on murroksessa: se on murroksessa aina, kun yhteiskunta muuttuu merkitsevästi. Tällä hetkellä yhteiskunnan rakenteita muokkaa internetin ja viestintäteknologian levittäytyminen kaikille elämän osa-aleille. Ensin digitalisoitui tieto, sitten ympärillämme olevat tavarat ja palvelurakenteet, lopulta jopa sosiaalinen elämä. Digitaalinen aikakausi iski erityisesti journalismin instituutioon, jonka kaikki osa-alueet – sisällöt, julkaisualustat, työtehtävät, talous – joutuivat täysremonttiin.

Viime vuosina puhe journalismin murroksesta onkin muuttunut puheeksi journalismin kriisistä. Kriisissä on kyse ainakin mediayhtiöiden talousvaikeuksista, digitalisoitumisen ja internetin mukanaan tuomista journalistisista haasteista, toimittajan työn muuttumisesta, journalismin laadusta ja sitä kohtaan tunnetun luottamuksen rapautumisesta ja yleisön pirstaloitumisesta sekä journalismin ja demokratian suhteen kriisiytymisestä (esim. Nikunen 2011; Vehkoo 2011; Väliverronen 2009; Lehtinen 2013).

Journalismin kriisiä seurataan yhteiskunnassa tiiviisti. Se kiinnostaa niin uusille kilpailukentille havittelevia mediamarkkinoita, poliitikkoja kuin kansalaisiakin. Uusia uomia etsivän journalismin muutokset eivät kaikkia miellytä: kriittiset äänet lisääntyvät ja muutosta pyritään suuntaamaan omasta näkökulmasta toivottuun suuntaan. Kansalaisyhteiskunnan kritiikille internet ja erityisesti sosiaalinen media antaa toimivan alustan. Siellä julkaisukynnys on matala, portinvartijoita ei ole, ja pienenkin ihmisen ääni kuuluu kauas. Kansalaisten – yleisön – äänillä on merkitystä: kertovathan ne siitä,

millaista journalismia kansa tarvitsee voidakseen viihtyä, informoitua ja toimia mielekkäästi demokraattisessa yhteiskunnassa.

Erityisen merkittävä journalismikritiikin väylä löytyy blogeista, joita on erityisesti Yhdysvalloissa kutsuttu ”vahtikoiran vahtijaksi” (Cooper 2006). Blogeissa konkretisoituu koko digitalisoitumisen, tiedonvälityksen vallattomuuden ja journalismin kriisin kehityskulku: siellä kuka tahansa, mitä tahansa mieltä oleva henkilö voi julkaista materiaalia, joka saa vapaasti kilpailla maailmanlaajuisen lukijakunnan huomiosta, mielenkiinnosta, jopa rahasta. Tämän myös institutionaalinen media on joutunut kouriintuntuvasti toteamaan.

Seuraavat teorialuvut pureutuvat journalismikritiikin ja blogin käsitteisiin. Sitä ennen on kuitenkin luotava katsaus journalismin murrokseen, jonka herättämällä kysymyksillä blogien(kin) journalismikritiikki operoi. Journalismin murrosta voi hahmotella näkökulmasta riippuen erilaisten kriisiosastojen avulla. Tässä murros on jaettu digitaaliseen ja taloudelliseen kriisiin (internet ja laskevat levikit), sisällölliseen muutokseen (mitä hyvä journalismi on, kuka sitä tekee ja miten), sekä luottamuksen kriisiin (median valta ja epäluottamuksen kasvu). Jaottelu ei ole poissulkeva, vaan kaikki kehityskulut liittyvät ja vaikuttavat toisiinsa.

2.1.1 Digitalisoituminen ja taloudellinen kriisi

Internet on usein nähty syypäänä journalismin taloudelliseen ahdinkoon. Logiikka on yksinkertainen: ensin ihmiset siirtyivät sanomalehden, radion ja TV:n ääreltä internetiin, sitten sinne menivät mainostajat. Kun tiedotusvälineiden mainostulot tippuivat, mediayhtiöt reagoivat vähentämällä toimitusten resursseja. Samalla alkoi kilpailu internetin suoltaman ilmaisten uutisten kanssa. Vähentynyt työvoima ja kiristynyt kilpailu ajoi toimitukset ahtaalle, jolloin journalismin laatu alkoi kärsiä. Kun yleisö huomasi laadun vähenemisen, he lopettivat tilauksensa ja tyytyivät hankkimaan

uutisensa sieltä, mistä ne sai ilmaiseksi. Tilaustulojen vähentyessä mediayhtiöiden oli jälleen supistettava toimituksiaan – ja niin edelleen.

Tämä sinänsä selkeä kuolonkierre ei ole kuitenkaan journalismin ahdingon koko kuva. Ensinnäkin lehtien levikit olivat lähteneet laskuun jo ennen internetin yleistymistä (Pietilä 2007, 125–126). Tapahtumakulku oli karkeasti kuvattuna seuraavanlainen: 1980-luvun talouskasvun aikana sanomalehtiyhtiöt kasvattivat painokapasiteettiaan, mutta kun 90-luvun lama iski sekä mainostajiin että tilaajiin, lehdistön ylikapasiteettia purettiin tuottamalla esimerkiksi ilmaisjakelulehtiä. Ilmaisjakelulehdet ja kaupallinen televisio kilpailivat kuitenkin sanomalehtien ilmoittajista, minkä lisäksi yleisö alkoi liikkua yhä monipuolistuvan mediatarjonnan perässä. Lehtien levikit laskivat, mutta lehtitalot reagoivat muutokseen jähmeästi, jos ollenkaan. Internetin nousulle oli siis valmiit ”niin teknis-taloudelliset kuin hintakilpailullisetkin edellytykset”. (Ibid.)

Toiseksi mediayhtiöt etenkin Suomessa ovat kiristäneet toimitusten vyötä ennakoivasti, jo ennen kuin taloudelliset vaikeudet ovat varsinaisesti tuntuneet kukkarossa (Vehkoo 2011, 26–27). Yhtä aikaa varoja ja investointeja on osoitettu mediayhtiön brändin rakentamiseen, oheistarjonnan kasvattamiseen ja yhtiön markkina-arvon nostattamiseen (Pietilä 2007). Tosiasiassa mediayhtiöt ovat viime vuosien aikana (ajanjaksona, jota on kutsuttu lamaksi) tehneet hyvää tulosta (Nikunen 2011, 28–30). Voi hyvästä syystä kysyä, olisiko journalismi niin kovassa kriisissä, jos yhtiöt olisivat tyytyneet pienempiin tuloksiin tai jopa nollatulokseen ja pitäneet toimitukset elinvoimaisina.

Journalismin uudelleen organisoituminen digitaaliseen aikakauteen on aiheuttanut lukemattomia käytännön muutoksia. Eri uutisvälineet limittyvät toisiinsa; sisältöä versioidaan yhä useampiin kanaviin; toimitukset pienenevät ja yksittäisten toimittajien autonomia vähenee samalla kun he joutuvat ottamaan haltuun yhä uusia teknologioita; resurssien vähetessä kiire lisääntyy; medioiden välinen skuuppi- ja nopeuskilpailu kiihtyy; sosiaalinen media tulee yhä tärkeämmäksi journalismin julkaisu- ja toimintalustaksi; yleisö osallistuu yhä monimuotoisemmin journalismin tekemiseen tai ainakin sen arvioimiseen; laadun heikkenemisen myötä journalismiin kohdistettu luottamus

vähenee ja yleisösuhte kriisiytyy...

Internetissä journalismi joutuu kilpailemaan ihmisten ajasta, huomiosta ja rahasta. Internetissä on loputtomasti sisältöä, josta valtaosa on kaikkien käytettävissä. Tilanne on tyystin toisenlainen kuin ennen internetiä, jolloin pääsy tietoon kävi kirjojen, sanomalehtien tai muiden tiedotusvälineiden kautta. Tiedon ja sisältöjen runsaudessa ei ole mitenkään itsestään selvää, että journalismilla olisi jotain sellaista tarjottavaa, mitä kukaan muu ei voisi tarjota. Vehkoon (2011, 13) mukaan mediatatolot ovat reagoineet tähän haasteeseen lisäämällä pienten ”tilkejuttujen” tekemistä ja nopeuttamalla julkaisutahtia. Nopeutuva ja lisääntyvä uutistuotanto koettelee kuitenkin journalismin laatua ja altistaa suoranaistalle virheille.

Suomalaiset mediayhtiöt ovat olleet hitaita lähtemään uusille kilpailukentille. (Tosin muutosvastarinta on tuttua myös kansainvälisesti [Gillmor 2004].) Vehkoon (2011, 35–38;46–48) mukaan suomalaista media-alaa leimaa pelko ja protektionismi, jossa pelon kohteena ovat erilaiset aggregaatit (esim. Google News), jotka levittävät toisten luomaa sisältöä, sekä itseaiheutettu ”kannibalisaatio”, jossa markkinoille saatettu uusi tuote vähentää firman vanhan tuotteen myyntiä. Myös uudet teknologiset sovellukset ja laitteet ovat tuoneet journalismille lisää uhkia – tai mahdollisuuksia, riippuen katsantokannasta. Esimerkiksi älypuhelimet ja kannettavat tabletit ovat pakottaneet mediayhtiöt sijoittamaan kehitystyöhön, kun oma journalistinen tuote on täytynyt saada myös näiden laitteiden näytöille. Tämä kehitystyö on kallista, mutta samalla sen avulla on tavoitettu uusia yleisöjä, jotka eivät ole ehkä koskaan tarttuneet esimerkiksi sanomalehteen.

Digitaalinen aikakausi on siis muuttanut ja haastanut journalismin ansaintalogiikan. Tätäkin vaikeampi haaste on kysymys siitä, tarvitaanko traditionaalista journalismia enää ollenkaan. Tiedonvälityksen digitalisoituminen ja sen rinnalla syntyneet viestintäteknologiat ovat tehneet tiedon äärelle pääsemisen ja sen julkaisemisen niin helpoksi, että on syntynyt utopia tiedollisesta demokratiasta, jossa ei toimittaja–byrokraatteja kaivata. Jay Rosen (2012) on kuvannut tätä tiedonvälityksen

vallankumousta seuraavasti: printtimedian asema on siirtymässä bloggaaajille, radiokanavien asema podcastingin käyttäjille, television asema videontekijöille ja editorien valta ihmisille, jotka rakentavat itse omat etusivunsa. Shane Bowman ja Chris Willis (2003) väittävät jopa, että yleisö on ottanut itselleen niin julkaisijan, lähettäjän, päätoimittajan, sisällöntuottajien, asiantuntijoiden kuin mainostajienkin roolit.

Heinosen ja Domingon (2009, 70) mukaan 1990-luvulla näyttikin hetken siltä, että web-viestintä saattaisi ravistella viestinnän vakiintuneita konventioita ratkaisevasti: syntyi erilaisia web-julkaisuja, joilla oli tavoitteena haastaa valtamedia verkossa. Toisaalta kaikki web-viestintä ei tietoisesti *yritä* haastaa journalismia, vaan tulee tehneeksi sen kuin itsestään: Gillmorin (2004, johdanto) mukaan esimerkiksi sähköposti, chat-kanavat, keskustelufoorumit, wikit ja blogit ovat 2000-luvulla toimineet epätavanomaisina uutislähteinä ja tuottaneet uutistapahtumista tietoa, jota journalismi ei ole voinut tarjota.

Erityisesti blogeissa on nähty olevan vallankumouksen siemen (esim. Cooper 2006; Yagodin 2014): niissä kuka tahansa asioista kiinnostunut kansalainen saattaa julkaista uutisjournalismin näköistä tekstiä ja tuottaa näin julkisuuteen tietoa ja näkökulmia, jotka eivät ole institutionaalisen median tavoin sidottuja eliitin näkökulmiin ja tavoitteisiin. Myöhemmin 2010-luvulla tätä samaa vallankumouksellisen manttelia on soviteltu Twitter-mirkoblogipalvelun harteille. Tämän tyyppistä demokratia-utopiaa on toki ounasteltu kaikkien uusien viestintäteknologioiden syntymien yhteydessä, mutta ajan myötä uudet teknologiat ovat uponneet osaksi institutionaalista mediaa. Vallattoman internetin ja institutionaalisen journalismin osalta tilanne on vielä avoin.

2.1.2 Kaikki journalismissa muuttuu – toimittajatkin

Journalismia määrittävät arvot ja ideaalit ovat muuttuneet monella tapaa viime vuosikymmeninä. Toisaalta edes olennaisimmat arvot, kuten objektiivisuus, eivät ole

staatisia, vaan niiden sisällöstä ja merkityksestä käydään jatkuvaa neuvottelua ja kiistaakin. Journalismia ohjaavia arvoja voi etsiä esimerkiksi sanomalehdistön linjapapereita tutkimalla, kuten Keijo Lehto (2006) tekee väitöskirjassaan. Lehto toteaa, että 60–80-luvuilla journalismin ohjenuorasta kävi objektiivisuus, joka ohjasi todellisuuden etsintään ja asioiden ”oikean kuvan” luomiseen (lehden puoluesidonnaisuuden suomissa raameissa). Heikkilä ym. (2012, 19) kuvaa objektiivisuuden raameja seuraavasti: ”Kulttuurisesti objektiivisuus on määrittynyt suhteessa kansalliseen konsensukseen ja sen piirissä tehtyihin määrittelyihin siitä, ketkä toimijat sekä mitkä aiheet ja näkökulmat on milloinkin mielletty legitimeiksi tai epälegitimeiksi.”

1980-luvun lopulla objektiivisuuden idea kriisiytyi. Muutos liittyi 90-luvun alussa alkaneeseen lamaan, jolloin sanomalehtien tasaisesti kasvaneet levikit ja hyvinvoivat taloudet heilahtivat rajulla liikkeellä alaspäin. Lehdon (2006, 299) mukaan uusi tilanne loi ilmapiirin, jossa lehtien arvoja ja tehtäviä tarkasteltiin uudelleen. Useimmat lehdet julistautuivat sitoutumattomiksi ja riippumattomiksi (suhteessa puolueisiin, vallankäyttäjiiin ja ilmoittajiin), mutta samalla sitouduttiin tiettyihin arvoihin, joita olivat esimerkiksi sananvapaus, tasa-arvo, suvaitsevaisuus, moniarvoisuus, ihmisläheisyys, itsenäisyys, kehitys ja yrittäjäisyys (Ibid. 307–332). Samassa muutosprosessissa journalismia ohjaavista periaatteista poistui sana objektiivisuus, jonka sijaan ohjenuoraksi otettiin luotettavuus. Luotettavuus on Lehdon mukaan eri asia kuin objektiivisuus:

Luotettavuus viittaa lukijan kokemukseen ja käsitykseen, lukijan näkökulmaan lehden sisällöstä, kun taas objektiivisuus kytkeytyy sanoman ja todellisuuden suhteeseen, toimittajan näkökulmaan. Objektiivisen journalismin tulisi määritelmän mukaan olla myös luotettavaa, sillä silloinhan asiat on sanottu ”niin kuin ne ovat” – siinä suhteellisessa mielessä, kun objektiivisuus on mahdollista. Siirtymä objektiivisuudesta luotettavuuteen sopii mielestäni hyvin kuvaan mediamarkkinoiden yleisestä muutoksesta. Markkinavetoisuus kasvoi Suomen sanomalehdistössä 1990-luvulla levikkien laskiessa, ja lehtiiloissa tuli aikaisempaa keskeisemmäksi kilpailla tilaajista valittujen lukijaryhmien keskuudessa. Enää ei riittänyt, että välitettävät sanomat olivat

”objektiivisesti” tosia, vaan niiden tuli olla ennen kaikkea kiinnostavia eli myyviä.
(Lehto 2006, 356)

Heikkilän ym. (2012, 18–24) mukaan toimittajien tuli tarjota yleisölle rinnakkain monenlaisia aiheita, näkökulmia ja esitystapoja, jolloin ohjaaviksi arvoiksi muodostuivat monipuolisuus ja myös raikkaus ja vapaamielisyys. Muutos entiseen oli suuri ottaen huomioon sen, että journalismin suhde yleisöön on alun perin ollut etäinen. Tutkijat kirjoittavat, että vasta 2000-luvulla mediatalouden kiristyvät realiteetit ovat saaneet toimitukset tosissaan miettimään, mitä yleisö haluaa ja tarvitsee. Journalismin nähdään tulleen tilanteeseen, jossa sen tulee tarjota yleisölle sellaista lisäarvoa, joka houkuttelee sitä käyttämään aikaansa ja rahaansa juuri journalismiin (Ibid. 273–274).

Pietilä (2007, 92–93) puhuu yleisösuhteen asemesta asiakaslähtöisyydestä: huoli yleisöstä/asiakkaista alkoi vahvistua sanomalehdistössä vasta pakon edessä, eli silloin kun mediamarkkinoilla alkoi olla niin paljon valinnanvaraa, että lehtien tilaajat ja TV:n katsojat alkoivat liikkua houkuttelevimpien vaihtoehtojen perässä. Umpeen kurottava välimatka sanomalehtien toimitusten ja yleisöjen välillä oli pitkä. Tähän oli Pietilän mukaan useitakin syitä: Ensinnäkin vakavien tiedotusvälineiden toimittajat tarjosivat uutisia, jotka he ammattitaidollaan katsoivat olevan merkittäviä, kun taas vasta syntyneet iltapäivälehdet ja räväkät juorulehdet tarjosivat sisältöä, jonka tiesivät kiinnostavan yleisöä. Lukijoiden ja sanomalehtien toimittajien välistä erilaista uutisnäkemystä voi Pietilän (Ibid. 93) mukaan selittää arvokuilulla. Ensinnäkin toimittajien koulutustaso ylitti yleisön keskimääräisen koulutustason jo 1970-luvun lopulla. Lisäksi toimittajat olivat laajaa yleisöä useammin liberaaleja, uudistusmielisiä ja suvaitsevaisia.

Kaiken kaikkiaan 1990–2000-luvun arvomuutokset kytkeytyvät ajatukseen kiinnostavuudesta: ”ei riitä että journalismi on ajankohtaista, asiapohjaista ja tärkeää. Journalismin pitää olla myös kiinnostavaa, jotta se pystyy tarjoamaan asiakkaalle tämän odottamaa lisäarvoa” (Heikkilä et al. 2012, 23). Kiinnostavuus ei kuitenkaan tarkoita pelkästään viihteellisyyttä, keveyttä tai sensaatiomaisuutta, niin kuin on pelätty.

Heikkilä ym. toteavat, että kun selvitetään lukija- ja käyttäjämäärien lisäksi kiinnostavuuden *merkityssisältöä*, huomataan, että ihmisiä kiinnostava journalismi on syvällistä, analyttistä ja kriittistä. Kiinnostavia ovat toki myös nopeasti haihtuvat hämmästyksen aiheet ja viihdejutut, mutta niiden merkitys on yleisölle toissijainen (Ibid. 2012, 274)

Journalismin sisällölliseen kriisiin liittyy tiedon muodon (digitaalisuus), määrän (internet) ja *luonteen* muuttuminen: vaikka tietoa on löydettävissä enemmän kuin ennen, se on usein irrallista ja vailla kontekstia, minkä myötä tiedon todenmukaisuudesta ja luotettavuudesta ei ole mitään takeita. Tosin juuri tästä on avautumassa uusi työsarka journalisteille. Irrallista ja kontekstia vailla olevaa informaatiota eli dataa pullisteleva verkko tarvitsee ”järkeistäjiä” eli ihmisiä, jotka luovat datasta järjellisiä kokonaisuuksia ja tarinoita, ts. journalismia. Tällaista työtä tekee datajournalismi, josta on toivottu tulevan laatujournalismin pelastaja (Uskali 2013, 79). Datatieto on luonteeltaan avointa ja jaettua: se on verkossa kenen tahansa käytettävissä, eikä sitä voi pitää itsellä senkään jälkeen, kun juttu on tehty. Onkin tyypillistä, että juttuun käytetty data julkaistaan jutun yhteydessä, jolloin lukijat voivat löytää datasta uusia näkökulmia tai korjata analyysissa mahdollisesti tulleita virheitä. Tällainen tiedonlähteiden avoimuus ja jakaminen voi tuntua oudolta toimittajille, jotka ovat tottuneet varjelemaan sekä lähteitään että juttuaiheitaan aina jutun julkaisemiseen asti ja usein sen jälkeenkin (Vehkoo 2011, 112).

Tiedon luonteen muuttumiseen liittyy myös se, että verkossa tieto on usein värittyä. Julkaisemisen helppous ja tietynlainen anonyymiys tekevät verkosta mielipiteiden, ideologisen kamppailun ja erilaisten todellisuuksien vapaan mittelyareenan. Lisäksi verkossa käytävillä ideologisilla kamppailuilla on tapana polarisoida. Vehkoon (2011, 126–127) mukaan tämä johtuu siitä, että verkossa on helppo hankkiutua tekemisiin samanmielisten ihmisten kanssa: parhaimmillaan tämä johtaa uusien ihmissuhteiden solmimiseen, mutta pahimmillaan suvaitsemattomuuteen ja ääriliikkeiden nousuun. Samanmielisten ihmisten ”kaikukammioiksi” saattavat muuttua myös julkiset verkon keskustelufoorumit, kuten esimerkiksi Helsingin Sanomien verkkokeskustelut, jotka ovat vallanneet nk. maahanmuuttokriitikot (Ibid.).

Kaikille avoin ja luonteeltaan yhteisöllinen/interaktiivinen internet ei siis ole tae siitä, että erilaiset ihmiset ja todellisuudet kohtaisivat toisensa. Oikeastaan internetin kehitys on päinvastainen: erilaiset käyttäjiensä mieltymyksiä ja kiinnostuksen kohteita analysoivat hakukone-, mainos- ja uutisfilterit tekevät internetistäkin fragmentoituneen, personoituneen maailman, jossa vuorovaikutus oman maailman ulkopuolella olevien asioiden kanssa saattaa jäädä vähäiseksi. Tällainen sosiaalinen ja tiedollinen polarisaatio vahvistuu entisestään, kun perinteisen valtamedian tarjoamat yhteiset uutiset menettävät merkitystään. Kun TV:n katsotuinkin uutislähetys tavoittaa enää pienen osan ihmisistä, voi kysyä, onko habermasilaista julkista tilaa enää olemassa. Sanomalehden etusivun ja TV-uutisten luoman julkisen sfäärin kadotessa ihmisten tietoisuus yhteiskunnallisesti merkittävistä asioista kaventuu. Kysymys siitä, millä tavalla journalismi pystyy tulevaisuudessa toteuttamaan tehtävänsä demokratiassa, on avoin. (Vehkoo 2011, 128–230)

Toimittajien näkökulmasta journalismin sisällöllisiä muutoksia vakavampi on kysymys toimittajien ammattikunnan olemassaolosta ylipäätään. Johanna Vehkoo (2011, 12) kuvaa hyvin sitä kollektiivista eksistentiaaliksiä, jonka eteen journalistit ovat joutuneet: ”Siinä, missä lehdistön vartioima portti ennen seiso, on nykyään ammottava reikä. Ensin siitä rynnistivät kansalaiset kännykkäkameroineen ja sitten vielä sosiaalinen media potki sen lopullisesti saranoiltaan.” Kysymys oman ammatin olemassaolosta ja sen oikeutuksesta on sekä konkreettinen että abstrakti. Käytännössä kyse on vähenevistä työpaikoista ja toimittajan työn muuttumisesta nopeatahtiseksi uutis- ja juttutehtailuksi. Abstraktissa mielessä kyse on ammattitaidon kyseenalaistumisesta, itsearvostuksesta ja -tunnosta. Mihin toimittajia enää tarvitaan, kun ihmiset etsivät itse tietonsa internetistä ja julkaisevat yhä enemmän itsekin?

Kiusallista on myös se, että toimittajien on myönnettävä, että ”moni tuolla ulkona” tietää enemmän kuin hän (Vehkoo 2011, 68; Gillmor 2004, 11). Omasta alastaan kirjoittavaa ammattilainen tai toisaalta jotain intohimoisesti harrastava ihminen on luonnollisesti asiantuntevampi kirjoittaja kuin kuka tahansa yleistoimittaja. Kun näitä

asiantuntijoita löytyy verkosta joka aiheen parista useampia, on vaikea keksiä, mitä lisäarvoa toimittajat voisivat tuoda aiheidenkäsittelyyn. Tässä piilee myös hedelmällinen haaste. Guardianin päätoimittaja Alan Rusbridgerin sanoin: ”jos toimittaja osaa valjastaa tämän tiedon käyttöönsä, hän saa monipuolista informaatiota ja voi kirjoittaa paremman jutun” (Vehkoo 2011, 69). Samaa painottaa Dan Gillmor (2004, johdanto), jonka mukaan uutisista on tulossa luennoinnin sijaan keskustelu tai seminaari: tässä seminaarissa toimittajien rooli on toimia keskustelun moderoinnina ja kontekstin luojina, mikä ei ole huono tehtävä sekään.

Tässä valossa on ymmärrettävää, että toimittajien sopeutuminen rinnakkaiseloon sosiaalisen median kanssa ei ole käynyt kivuttomasti. Toimittajat ovat kokeneet sosiaaliseen mediaan astumisen pakollisena uuden teknologian haltuun ottamisena, ja lisäksi oman persoonan ja työpersoonan erottaminen sosiaalisessa mediassa on koettu vaikeaksi. Kolmanneksi riitaisien verkkokeskustelujen on koettu heikentävän uutismedian laatua ja toimittajien arvovaltaa. (Nikunen 2011, 71–78)

Alkukankeuden jälkeen näyttää kuitenkin selvältä, että sekä blogeista että Twitter-päivityksistä on tullut osa journalismia: tiedotusvälineet julkaisevat niiden sisältöä, toimittajat poimivat sieltä näkökulmia ja haastateltavia juttuihinsa, yksittäiset journalistit päivittävät omia blogejaan ja Twitter-tilejään ja verkkolehdet houkuttelevat lukijoita ostamalla suosituimmat bloggaajat omille verkkosivuilleen. Bloggaajat, twiittaajat ja toimittajat ovat siis päässeet ainakin toistaiseksi sopuun toistensa kanssa.

Kaiken kaikkiaan erilaisissa työhyvinvointia ja ammatti-identiteettiä kartoittavissa tutkimuksissa on usein tullut ilmi, että toimittajat kokevat ahdistusta siitä, että hyvän työn tekeminen vallitsevissa olosuhteissa on mahdotonta (Esim. Jyrkiäinen 2008; Nikunen 2011; Pöyhtäri et al. 2014). Jatkuva kiire estää perehtymästä käsillä olevaan aiheeseen, uusien teknologioiden haltuunotto vie liikaa resursseja, sosiaalisen median käyttöön ei ole koskaan tarpeeksi aikaa, yleisön usein kitkerää kritiikkiä on vaikea ottaa vastaan ammattimaisesti... Ylipäätään toimittajat kokevat, että he eivät pysty tekemään sitä luovaa, riippumatonta ja tarkoituksellista toimittajan työtä, johon he tuntevat

kutsumusta (Vehkoo 2011, 21; 99).

2.1.3 Luottamus rakoilee

The Guardianin palkittu toimittaja Paul Lewis uskoo, että journalisteja tarvitaan sitä enemmän, mitä syvemmälle ihmiset uppoavat informaatiotulvaan:

Journalistien pitää suodattaa kaaoksen seasta tärkeä informaatio. Me annamme sille kontekstin ja merkityksen, ja jaamme virheetöntä ja luotettavaa tietoa. Luottamus on tässä avainsana. (Paul Lewis Vehkoon 2011, 73–74 mukaan)

Luottamus onkin noussut erityisen tärkeäksi teemaksi journalismin kriisikeskustelussa. Tiedotusvälineitä kohtaan osoitettu luottamus ja uskottavuus ovat varsinkin Suomessa olleet perinteisesti korkealla (Matikainen 2009, 6), mutta luottamusta ovat heikentäneet paitsi monet suoranaiset skandaalit, kuten haastateltavien keksiminen tai kuvien väärentäminen, myös pitkän aikavälin kehityskulut, kuten median vallan kasvaminen ja tabloidisaatio. Suomessa kriittistä keskustelua on herättänyt erityisesti Jokelan ja Kauhajoen koulusurmiin liittyvä uutisointi (Juntunen 2009).

Yhdysvalloissa luottamus journalismiin on suorastaan romahtanut. The Pew Research Centerin mukaan vuonna 1985 vielä 84 prosenttia amerikkalaisista sanoi luottavansa pääosin siihen, mitä he lukivat sanomalehdistä, vuonna 2004 luku oli pudonnut 54 prosenttiin (Väliverronen 2009, 18). Suomessa tilanne ei ole likimainkaan yhtä radikaali. Vuonna 2007 toteutettu Median valta -tutkimuskysely osoitti, että valtakunnallisiin uutismedioihin luotti melko tai erittäin paljon valtaosa suomalaisista (Ylen uutiset 94%; MTV3 87%; STT:n uutiset 85%; HS 66%) (Karppinen et al. 2010).

Uudempiakin kyselyitä on tehty: Kunnallisalan kehittämissäätiön kyselyssä vuodenvaihteessa 2013–2014 yli 80 prosenttia suomalaisista ilmoitti luottavansa Ylen ja STT:n uutisiin. MTV:n uutisiin luotti 74 prosenttia, HS:n uutisiin 66 prosenttia (Yle

uutiset 3.12.2013). Tiedotusvälineisiin yleensä ottaen ilmoitti luottavansa 54 prosenttia suomalaisista (Uschanov, 2.2.2014). Erikoista on se, että vain puoli vuotta aiemmin suomalaiset ilmoittivat luottavansa yhteiskunnan instituutioista vähiten mediaan (Taloudellisen tiedotustoimisto TAT:n kyselytutkimus). Tuolloin vain 27 prosenttia vastaajista kertoi luottavansa mediaan.

Yllä olevat esimerkit tuovat hyvin esiin luottamuksen mittaamisen vaikeuden. Jo pelkästään mittaamisessa käytetyt sanamuodot ja käsitteet vaikuttavat suuresti kyselyn tuloksiin. Em. tapauksissa ”luottamus mediaan” oli aivan eri asia kuin ”luottamus uutisiin”. Tutkija Esa Väliverronen (2014) kirjoittaa blogissaan:

Nykyään ei ole kovin mielekästä kysyä, luotatko mediaan. Media ei ole enää mikään selvärajainen instituutio. Se ei myöskään ole pelkkä – enemmän tai vähemmän luotettavien – sisältöjen tuottaja. Tuskin se on koskaan sitä ollutkaan. Media on vuorovaikutuksen ja viestinnän väline, jolla on nykyään aika monia muotoja. Ehkä niiden erottelemiseksi pitäisi ryhtyä keksimään uusia nimiä. [Väliverronen, Mediatyhteiskunta, 3.2.2014]

On kuitenkin merkille pantavaa, että toimittajien omastakin mielestä journalismin syvällisyys ja luotettavuus on vähentynyt. Tuore suomalaisista toimittajista kertova raportti (Pöyhtäri et al. 2014, 32) osoittaa, että 79 prosenttia toimittajista kokee, että tiedonhankintaan ja taustoitukseen käytetty aika on vähentynyt paljon tai jonkin verran. Peräti 53 prosenttia katsoo myös, että journalismin uskottavuus ja luotettavuus on vähentynyt paljon tai jonkin verran. Luotettavuusongelma koskee erityisesti online-uutisointia, jossa journalistiset normit ovat jääneet teknisen kehityksen ja nopeuskilpailun jalkoihin. Esimerkiksi Online News Associationin tutkimus (Finberg & Stone 2001, 33) kertoo, että kaksi kolmasosaa yhdysvaltalaisista toimittajista kokee online-uutisoinnin olevan vähemmän laadukasta ja luotettavaa kuin perinteinen uutisointi. Tosin tätä lukua on tulkittava oikeassa kontekstissa: 2000-luvun vaihteessa verkkouutisointi oli journalismille vielä uusi arena, ja sitä myötä myös laatu ja luotettavuus olivat lapsenkengissään.

Journalismin luotettavuuskriisi kiteytyy kahteen kehityskulkuun: yhteiskunnan medioitumiseen ja median vallan kasvamiseen. Medioitumisella tarkoitetaan tilannetta, jossa eri yhteiskunnan toimijat, erityisesti poliitikot, joutuvat muokkaamaan toimintaansa median asettamien reunaehtojen mukaiseksi (Väliverronen & Kunelius 2009, 226). Tai niin kuin Pietilä (2007, 136) asian ilmaisee: ”Media on tapahtumien temppele”. Medioitumiskehitys kiteytyy nk. mediajournalismissa. Herkmanin mukaan (2009, 45–46) mediajournalismissa aiheet, lähteet, näkökulmat ja kerronnan muodot nousevat mediasta: “[Mediajournalismi] lainaa toisia viestimiä ja haastattelee toimittajia tai mediatalojen johtajia. Se toistaa mediasta tuttuja tarinoiden, kerronnan ja visuaalisen kulttuurin muotoja. Mediajournalismissa tärkeintä on uutisteollisuuden mediamyllyn pyörittäminen.” Ongelma on tutkijan mukaan siinä, että tällainen ilmiö muuttaa journalismin ontologisia perusteita. Sen sijaan, että journalismi olisi ikkuna todellisuuteen, se rakentaakin itse oman todellisuutensa määrittelemällä itse aiheet ja näkökulmat, jotka se nostaa ja pitää julkisuudessa. Pietilän (2007, 10) mukaan jopa media-alan vaikuttajat tunnustavat, että media synnyttää puheenaiheita ja uutisia tarkoitushakuisesti lisätäkseen levikkiään. Tällainen todellisuuden rakentaminen omia taloudellisia intressejä tukemaan on yleisön kannalta luotaantyöntävää ja syö luottamusta journalismin tarpeellisuudesta ja todenmukaisuudesta.

Median (liian) suuri valta on näkökulmasta riippuen joko medioitumisen syy tai sen seuraus. Suomalaiset uskovat vankasti median valtaan: Karppisen ym. (2010) tutkimuksen mukaan 84 prosenttia suomalaisista uskoo, että medially on suuri valta tavallisten ihmisten mielipiteisiin. 57 prosenttia oli sitä mieltä, että medially on suuri vaikutus tärkeisiin poliittisiin päätöksiin. 81 prosenttia katsoo median vallan lisääntyneen viime aikoina, ja lähes puolet (49%) vastaajista katsoi, että medially on liikaa valtaa. EVA:n tutkimuksessa (2009) vastaava luku oli jopa 63 prosenttia (Heikkilä 2011, 5).

Liiallista median valta on siksi, että kansalaiset näkivät median kytkeytyvän vahvasti yhteiskunnan poliittiseen ja taloudelliseen eliittiin. Karppinen ym. toteavat, että myös monien akateemisten tutkimusten mukaan Suomessa journalistien on suurissa

kysymyksissä havaittu samaistuneen eliittien näkökulmaan. Toisaalta eliittiäkin enemmän median sisältöihin uskottaan vaikuttavan median omistajat ja muut markkinoita edustavat tahot. Median valta nähdään siis ensisijaisesti ”rahan valtana” (Ibid.): ei siis ole ihme, että median koettu valta aiheuttaa epäluottamusta journalismia kohtaan.

Väliverronen (2009, 20–21) kokoaa yhteen Suomessa 2000-luvulla tehtyjä tutkimuksia median vallasta. Hän toteaa, että viestinnän tutkimukset ovat osoittaneet, että median valtaa on vaikea, ellei mahdoton mitata. Niiden tulokset näyttävät kertovan selvästi vain mediakriittisyyden lisääntymisestä, minkä sinänsä voi tulkita terveeksi ja realistiseksi asenteeksi.

2.2 Journalismikritiikki

Erilaisella kriittisellä liikehdinnällä journalismin sisällä ja ympärillä on tärkeä yhteys journalismin murrokseen ja kriiseihin. Vaikka journalismikritiikki on yhtä vanha ilmiö kuin journalismi itsekkin, sen merkitys on erityisen tärkeä näinä vuosina, kun journalismi instituutiona ja abstraktina arvona etsii uutta muotoa ja asemaa yhteiskunnassa.

Journalismikritiikkiä voi lukea nykyään kaikkialta: sitä esittävät niin tutkijat, journalismin yleisöt kuin toimittajat itsekkin. Kritiikki on luonnollisesti ristivetoista ja suuntaa erilaisiin johtopäätöksiin siitä, mihin journalismin pitäisi kehittyä. Silti sitä on tärkeä kuunnella, koska se joka tapauksessa antaa välineitä journalismin uudelleenmuotoutumiseen.

2.2.1 Journalismikritiikin historiasta

Media- tai journalismikritiikin synty voidaan asemoida 1960-luvun Yhdysvaltoihin, jolloin yhteiskunnassa yleisesti vallinnut vasemmistolainen liikehdintä iski myös

journalismiin ja sen valtarakenteisiin. Opiskelijaliikkeen, yhden asian liikkeiden ja Vietnamin sodan vastaisen rauhalliikkeen puitteissa perustettiin useita journalismikriittisiä lehtiä, joissa valtavirran joukkoviestintää arvosteltiin poliittisesta johdattelusta ja manipuloinnista. Taustalla vaikuttivat toisen maailmansodan tapahtumat, joissa tiedotusvälineet osallistuivat sotaan massiivisella sotapropagandalla (Luostarinen et al. 1996, 43). Toisaalta journalismikritiikkiä on esitetty koko joukkotiedotusvälineiden historian ajan: omanlaistaan journalismikritiikkiä kirjoitti esimerkiksi Karl Marx 1800-luvulla, puhumattakaan Frankfortilaisesta koulukunnasta, joka vaikutti 1920–30-luvuilla ensin Saksassa, myöhemmin USA:ssa.

Suomessa journalismikritiikki ilmestyi akateemiseen kirjallisuuteen 60-luvulla, mutta ensimmäiset varsinaiset tutkimukset aiheesta kirjoitettiin 80-luvulla (Esim. Pietilä 1981; Malmberg 1984). Uusvasemmistoon kiinnittynyt kritiikki alkoi väistyä 1980-luvun aikana. Tuolloin mediakriittinen huomio kohdistui viestimien luomaan kulttuuriseen ympäristöön, jonka massaviihdettä tuottavan viestintäteollisuuden katsottiin määrittelevän. Luostarisen (1996, 50–53) mukaan Suomessa mediakriittistä huomiota on kiinnitetty erityisesti ihmisoikeusnäkökulmiin: aiheuttaako journalismi syrjintää ja miten se tapahtuu. Toisaalta journalismin osuus eri tahojen intressikamppailussa on ollut kritiikin kohteena. Julkisuustaistelussa journalismi joutuu usein erotuomarin rooliin, jossa onnistumista arvioidaan puolueettomuuden ja uskottavuuden kriteerein. Akateemisista piireistä yleisön tietoisuuteen – ja lehtien palstoille – journalismikritiikki levisi 90-luvun aikana, jolloin siitä muodostui suorastaan ”muoti-ilmiö” (Ibid. 7).

Journalismikritiikki suuntautuu journalismiin joko alan sisältä tai ulkoapäin. Alan sisäinen kritiikki syntyi vastavetona kritiikille, jonka mukaan journalismia käytettiin virheellisen ja puolueellisen tiedon levittämiseen milloin minkäkin tahon hyväksi. Ajatuksena oli, että koska journalismi valvoo yhteiskunnallisia instituutioita, myös journalismia itseään pitää valvoa. Sitä tehtävää saattoi journalismi tehdä itsekin, mikäli toiminta oli tarpeeksi läpinäkyvää ja uskottavaa. (Ibid. 54–58)

Alan ulkopuolinen journalismikritiikki jakautuu akateemiseen

journalismintutkimukseen ja yleisökritiikkiin, joista tosin jälkimmäinen usein hahmottuu tutkimuksen kautta. Näillä kritiikin lajeilla on yhtymäkohta: yleisö itse. Yleisön tuottamaa journalismikritiikkiä ei voi hahmotella ilman ymmärrystä yleisön olemuksesta.

2.2.2 Kriittinen yleisö ja journalismi

Yleisöllä on journalismin olemuksessa ja käytännöissä kiistaton merkitys: journalismi on ensisijaisesti vastuussa yleisölleen (JO, kohta 1). Yleisö on kuitenkin erikoinen käsite: se on yhtä aikaa kaikkialla läsnä oleva ja näkymätön (Coleman & Ross 2010, 8). Walter Lippmann on kuvaillut yleisöä sosiaalisen mielikuvituksen ”näyksi” tai ”varjoksi” (phantom), Schlegel ”ideaksi tai olettamukseksi” (postulate) ja Kierkegaard ”jättiläismäiseksi ei-miksikään” (monstrous nothing) (Coleman & Ross 2010, 8 mukaan). Olennaista on, että yleisö representoidaan aina uudestaan eri tavoitteista, toiveista ja lähtökohdista käsin. Toimitukset ovat mitanneet yleisön liikkeitä levikkilukujen ja verkkoliikenteen avulla ja määritelleet yleisöjään asenteita mittaavien kyselytutkimusten ja fiktiivisten mallilukijoiden avulla. Mediamarkkinoiden kilpailun kiristyminen on johtanut yleisön määrittelyyn kuluttajuuden kautta: huomiota on kohdistettu yleisön ostovoimaisiin joukkoihin. (Heikkilä et al. 2012, 40–57)

Tieteellisen tutkimuksen parissa yleisö on nähty joko sosiaalisena olentona (joukko ihmisiä) tai median käyttönä (sosiaalisen toiminnan muoto) (Ibid. 58). Edelläkävijä yleisötutkimuksessa on ollut yhdysvaltalaislähtöinen, 1930–60-luvuilla tehty Mass Communication Research (MCR) -tutkimus, joka oli positivismihenkiä, empiiristä (vaikutus)tutkimusta. MCR-tutkimuksessa etsittiin vastauksia erityisesti kysymyksiin mitä joukkoviestimet pitävät sisällään ja miten media vaikuttaa yleisöihinsä (Pietilä, 1997). Myöhemmin kiinnostuttiin erityisesti siitä, miten ihmiset käyttävät mediaa arjessa (käyttötutkimus) ja millainen on (uutis)tekstin ja sen lukijan kohtaaminen (reseptiotutkimus) (Tiihonen 1995, 121–130). Suomessa journalismin yleisöä on tutkittu

erityisesti suurten mielipidemyrskyjen aikana, jollainen oli esimerkiksi ja erityisesti Suomen EU-jäsenyyssprosessi 1990-luvun puolivälissä (Heikkilä 2001). Viimeisin suuri yleisötutkimus on Heikkilän ym. (2012) Kohti kiinnostavaa journalismia -tutkimusprojekti, jonka pyrkimyksenä oli valottaa kiinnostavuuden uutiskriteeriä yleisön kannalta.

Journalismin suhde yleisöön on kahtalainen: toisaalta yleisön merkitystä pidetään suurena ja sen mielipiteitä ja palautetta arvostetaan (Esim. Ahva et al. 2011), toisaalta se halutaan pitää ”käsivarren mitan päässä toimituksellisesta käytännöstä” (Heinonen 2008, 21). Tätä välimatkaa perustellaan toimituksen riippumattomuuden vaalimisella ja lähdekriittisyydellä (Esim. Gillmor 2004, 114). Lisäksi kyse on siitä, että sekä yleisön kyky argumentoida kritiikkinsä ymmärrettävästi että toimittajien kyky ottaa vastaan palautetta on vajavainen (Ahva et al. 2011, 8). Näin ollen yleisön kritiikki harvemmin vaikuttaa toimituksellisiin sisältöihin. Esimerkiksi sanomalehdistön suhdetta lukijoihinsa tutkinut Heinonen (2008) toteaa, että toimittajat pitävät yleisöpalautetta periaatteessa tärkeänä, mutta käytännöt sen hyödyntämiseksi ovat vähäisiä (ks. myös Nikunen 2011, 66–67).

Mitä yleisö sitten journalismissa kritisoi? Suomessa viimeksi toteutettu (2009–2011) laaja yleisötutkimushanke Kohti kiinnostavaa journalismia paaluttaa yleisön journalismikritiikin kolmeen tasoon: normikritiikissä journalismin suoritusta arvioidaan suhteessa journalismin tavoitteisiin ja ihanteisiin. Käytäntöjen kritiikissä arvioidaan journalismin työtapoja ja niiden vaikutusta journalismin tapaan esittää asioita. Rakennekritiikissä kiinnitetään huomio journalismin osuuteen ajankohdan yleisten totuuksien, arvojen ja realiteettien muotoutumisessa. (Ahva et al. 2011, 11)

Normikritiikki kiteytyy kysymykseen uutisen olemuksesta. Uutiskriteereistä yleisön kritiikin kohteiksi joutuvat erityisesti ajankohtaisuus (uutiset eivät ole ”uusia” vaan journalistien itsensä tuottamia tai ”eloon herättämiä” aiheita), relevanssi (miksi uutinen on oleellinen ja mihin julkaiseminen perustuu), ymmärrettävyys (helppolukuisuutta tavoitellessa käsitteet menevät sekaisin ja analyttisyys kärsii) ja neutraalius (jutussa

esiintyvien näkökulmien ristiriidat pitäisi tuoda esiin, eikä ulkoistaa jutun tulkintaa kokonaan lukijalle). Toimitusten käytäntöjen kritiikissä yleisön huomio kohdistuu erityisesti uutisten/juttujen visuaaliseen ”palasteluun” (jutun elementit ovat irrallisia tai epäselviä) ja ”tavisten” asemaan journalismissa (kategorinen taviksen näkökulma ei ole itseisarvo). Rakennekritiikissä journalismi sijoitetaan yleensä osaksi yhteiskunnan ylätasolla sijaitsevia instituutioita eikä osaksi arkielämää: journalismin agenda eroaa liiaksi yleisön käsityksistä siitä, mitkä ovat huomion arvoisia aiheita. Lisäksi aiheissa, joista lukijat ovat poliittisesti motivoituneita, journalismin esitykset koettiin useimmiten ongelmallisiksi. (Ahva et al. 2011, 12–20).

Em. tutkijat toteavat, että toimituksissa yleisön kritiikistä parhaiten otetaan vastaan normeja koskeva kritiikki: yhteiset uutiskriteerit koetaan toimituksissakin tavoiteltavan arvoiseksi asioiksi. Sen sijaan journalismin ja yhteiskunnallisen vallan väliseen suhteeseen pureutuva rakennekritiikki jätetään toimituksessa usein ”oven taakse” eli ohitetaan epärelevanttina. Kun yleisö esittää kritiikkinsä tiettyihin yhteiskunnallisiin arvoihin ja tavoitteisiin sitoutuneina, nk. asianosaisena, kritiikkiä pidetään lähtökohtaisesti vinoutuneena ja puolueellisena. (Ibid. 22)

2.2.3 Kriittinen nettikansa ja journalismi

Digitaalinen aikakausi on tehnyt journalismin yleisöstä näkyvämmän ja helpommin tavoitettavan (Esim. Gripsrud & Hallvard 2010). Internetin perusluonne, vuorovaikutteisuus, antaa journalismille uuden väylän lähestyä ja koota yleisöään ja pyytää siltä palautetta tai osallistumista journalismin tekemiseen. Verkkoaikakauden mahdollisuuksista huolimatta yleisön osallistuminen journalistiseen prosessiin ei ole kehittynyt kovin radikaalisti. Yleisesti ottaen yleisöä pyydetään osallistumaan journalistisen prosessin alku- ja loppupäähän: juttuaiheiden ideointiin, lukijakuvien ja -videoiden lähettämiseen sekä palautteen antamiseen valmiista jutuista (Heinonen 2008).

Sosiaalinen media ei tätä suhdetta ole merkittävästi muuttanut: suuret mediatilat käyttävät sosiaalista mediaa pääasiassa omien juttujensa markkinointiin sekä lukijakommenttien ja -materiaalin kokoamiseen (Ahva et al. 2011, 9). Sekä Suomessa että ulkomailla tehdyt päällikkötoimittajien haastattelut kertovatkin, että varsinainen journalistinen sisällöntuotanto halutaan edelleen pitää tiukasti ammattilaisten käsissä (Heinonen 2008). Tämä periaate näkyy myös toimitusten sisäisissä ohjeistuksissa, joissa neuvotaan sosiaalisen median käytöstä. Niissä painotetaan usein, että keskeneräisiä asioita ei ”vuodeta” sosiaaliseen mediaan: yksittäisen toimittajan ei yleensä sovi ruotia sosiaalisessa mediassa esimerkiksi keskeneräisiä aiheita, toimituksellista prosessia, jutun julkaisuperusteita ja muita toimituksellisia päätöksiä (Vainikka et al. 2013, 12–13).

Internetin käyttö yhdistää suomalaisia. Kaikista suomalaisista 16–74-vuotiaista 92 prosenttia käyttää internetiä ainakin toisinaan, ja päivittäistä käyttö on 66 prosentilla (Tilastokeskus 2013a). Internetin palveluista eniten käytetään pankkipalveluita (84% 16–74-vuotiaista), seuraavaksi eniten sähköpostia (83%), sitten tiedonhakua (79%) sekä online-lehtiä (79%). Yhteisöpalveluja eli sosiaalista mediaa seuraa 16–74-vuotiaista ainakin ajoittain 51 prosenttia, alle 35-vuotiaista n. 80 prosenttia. Blogia lukee reilu 38 prosenttia kaikista suomalaisista ja reilu puolet alle 35-vuotiaista. Internetin keskustelufoorumeille ja yhteisöpalvelimille kirjoittaa 49 prosenttia kaikista 16–74-vuotiaista suomalaisista ja n. 80 prosenttia alle 35-vuotiaista, tosin yhteiskunnallisia tai poliittisia mielipiteitä on kirjoittanut vain 6 prosenttia suomalaisista. (Tilastokeskus 2013b.)

Matikaisen sosiaalisen ja perinteisen median rajaa kartoittavassa tutkimuksessa (2009) todetaan muun muassa, että perinteisen median verkkouutiset ovat erittäin seurattuja: yhdeksi eniten käyttämistään nettisivuista nimesi iltapäivälehdet 35%, YLE:n 28% ja HS:n 22% vastaajista. Sosiaalisen median sivustoista vain Facebook ylsi tälle tasolle (28%). Ylipäätään verkkolehtiä sanoi lukevansa vähintäänkin joskus 94,6 prosenttia vastaajista (vrt. Tilastokeskus: 79%). Matikaisen saamat luvut sosiaalisen median käytöstä eroavat verrattain paljon Tilastokeskuksen luvuista. Matikaisen kyselyssä

(N=1065) verkkokeskusteluita luki ainakin joskus 86,5 prosenttia vastaajista (Tilastokeskus: 79%) ja verkkokeskusteluun oli osallistunut 51,5 prosenttia vastaajista (Tilastokeskus: 49%). Blogeja luki 63,3 prosenttia (Tilastokeskus: 38%) ja kirjoitti 14,5 prosenttia vastaajista (Heikkilä 2011: 5%). Tulosten eroavaisuutta selittää se, että Matikaisen tutkimuksessa kyselyn toteutti Taloustutkimus, joka keräsi vastaajat satunnaisotannalla internetpaneelistaan. Voi olettaa, että internetpaneeliin osallistuvat ihmiset ovat aktiivisempia internetin käyttäjiä kuin väestö yleensä. Matikaisen saamat luvut kuvannevatkin parhaiten verkon aktiivikäyttäjien, nk. nettiaktiivien (Vainikka et al. 2013) internetinkäyttöä.

Kaiken kaikkiaan näiden lukujen valossa voi todeta, että merkittävä osa journalismin yleisöstä on internetissä. Virtuaalimaailma eroaa monin tavoin reaali maailmasta ja näin ollen nettiyleisölläkin on joitain erityispiirteitä reaali maailman yleisöihin verrattuina. Näiden erityispiirteiden ymmärtäminen on journalismille tärkeää, jos se haluaa kehittää suhdettaan nettikansaan.

Ensinnäkin internet ja erityisesti sosiaalinen media on pohjimmiltaan liberaali, jopa vallankumouksellinen areena, jossa vapaan tiedon ideaali elää voimakkaana. Tässä ympäristössä toimittajat nähdään usein valtaa pitävän tahon adjutantteina eli toisin sanoen luonnostaan jääveinä osallistujina internetin vapaan tiedon maailmaan (Vainikka et al. 2013, 68). Information wants to be free -ideaan kuuluu se, että netissä toimitaan useimmiten nimettömästi ja sen keskusteluja rajoitetaan mahdollisimman vähän. Vainikan ym. tutkimusaineistossa peräti 92 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että juuri internetin anonymiteetti mahdollistaa vapaan ja rohkean, myös valtarakenteita kritisoivan mielipiteenilmaisun:

Horisontaalisesti vapaasti leviävä tieto mahdollistaa aktivismin, joka ei kiinnity tiettyihin johtohenkilöihin tai hahmoihin. Anonymiteetin edut siis katsottiin suuremmiksi kuin sen tuomat ongelmat, vaikka vastaajat myönsivät myös sen tuomat haittailmiöt; epäasiallisen kielenkäytön, väärinymmärrykset ja riitelyn, ja osa heistä esimerkiksi kannatti keskusteluympäristöiden sisäistä moderointia. (Vainikka et al. 2013, 69)

Anonyymissä keskustelussa ihmiset saattavatkin esittää sellaisia mielipiteitä, joita he eivät kasvotusten sanoisi (Ho & McLeod 2008 Vesan 2010 mukaan). Toisaalta nimellä esiintyminenkin ei välttämättä aiheuta sitä, että netin vuorovaikutus noudattaisi reaali maailmasta tuttuja muotoja. Ihmisten mediapersoonat saattavat olla erilaisia kuin heidän todelliset persoonansa. ”Minäbrändäämiseksi” kutsutaan toimintaa, jossa ihminen rakentaa itsestään netissä tarkasti harkittua kuvaa (Vainikka et al. 2013, 39).

Lisäksi nettikeskusteluilla on taipumus polarisoitua (Esim. Vehkoo 2011, 126–127). Usein keskusteluihin osallistuvatkin ne ihmiset, joilla on painavaa sanottavaa joko puolesta tai vastaan, jolloin keskilinjän mielipiteet jäävät helposti aliedustetuiksi. (Kortesuo, 4.10.2013). On myös todettu, että verkkokeskustelujen ja yleensä sosiaalisen median käytännöt eivät useinkaan täytä kaikkia reiluuden, rakentavuuden ja kohtuullisuuden ehtoja (Freelon 2010 Ahva et al. 2011, 10 mukaan).

Internetissä paljon aikaa viettävät ihmiset, ”nettiaktiivit”, ovat siis usein eräänlaisia aktivisteja, jotka uskovat täysin vapaan tiedon ja nettidemokratian voimaan. Nämä aktivistit ovat useimmiten kärjekkäitä, erityisen kriittisiä ja tiedonhakutaidoiltaan taitavia netinkäyttäjiä. Tällaisen yleisön kohtaaminen ei ole toimittajille kovinkaan helppoa (Vainikka et al. 2013, 75; 98). Vaikeiksi kohtaamisiksi koetaan esimerkiksi verkkolehtien yhteydessä olevat kommentointifoorumit. Vaikka onkin niin, että verkkokeskustelut ovat luonteeltaan usein kitkeriä, niistä voi löytää hyvin relevanttia journalismikritiikkiä. Ilta-Sanomien verkkofoorumien journalismikriittisiä keskusteluja tutkinut Vesa (2010) löysi keskusteluista kahdeksan kriteeriä, joilla journalismin suoritusta arvioitiin: riippumattomuus (media kytkeytyy valtaeliittiin), aiheiden relevanssi (sensaatioaiheet korostuvat tärkeiden aiheiden kustannuksella), objektiivisuus (journalismi tuottaa puolueellista tietoa), syvällisyys (uutisiin tarvitaan faktojen lisäksi tulkintaa ja argumenttien koettelua), kriittisyys (vallanpitäjiä pitää kritisoida), proaktiivisuus (tutkivaa journalismia tarvitaan lisää), moniäänisyys (näkökulmien vähyys, yleisen totuuden hännystely) ja kansalaisläheisyys (tavallisten ihmisten ääni ei kuulu riittävästi).

Nikusen (2011, 71–73) mukaan toimittajat eivät juuri seuraa uutisten kommentointipalstoja: niiden keskustelijat koetaan usein huutelijoiksi ja häiriköiksi, joiden esittämiä näkökantoja ei kannatakaan ottaa vakavasti. Vainikan ym. mukaan vaarana on, että kaikki verkkopalaute niputetaan yhteen ja heitetään syrjään liian vaikeaselkoisena tai aggressiivisena.

Journalisteja kritisoivat voidaan tämän kyselyn perusteella jakaa ainakin kahteen ryhmään: niihin, jotka haluavat lähtökohtaisesti asettua verkon vastakulttuurin kriittiseksi ääneksi ja pysyä etäällä valtamediasta ja niihin, jotka kritisoivat nykyisiä journalistisia käytäntöjä, mutta olisivat siitä huolimatta valmiita vuoropuheluun ja yhteistyöhön toimittajien kanssa. Yhteistyövalmius esimerkiksi tiedonhaussa oli niin merkittävä, ettei toimittajilla olisi varaa hukata tämänkaltaista resurssia journalismin teossa. (Vainikka et al. 2013, 98)

Toimittajien vastahankaisuus ottaa vastaan yleisön journalismikritiikkiä verkossa on kansainvälinen ilmiö. MediaAct-raportti osoittaa, että vaikka toimittajat kohtaavat yhä enemmän journalismikritiikkiä sosiaalisessa mediassa, he eivät silti anna kritiikille paljonkaan arvoa: alle puolet toimittajista ilmoittaa olevansa kiinnostuneita yleisön kritiikistä, ja valtaosa journalisteista kokee olevansa vastuussa työstään ensisijaisesti omalletunnolleen/journalismietiikalle, toissijaisesti lähteille ja vasta kolmanneksi yleisölle (Fengler et al. 2013, 26).

2.3 Blogit

Journalismin kriisi (ks. luku 2.1.) ja journalismikritiikki (ks. luku 2.2.) kietoutuvat monin tavoin yhteen weblogeissa eli blogeissa, joihin nettikansa kirjaa huomioitaan yhteiskunnasta ja uutisista. Blogit ovat tiedonvälityksen digitalisoitumisen tuote paljaimmillaan: ne syntyivät ja vaikuttavat internetissä, ne ovat tasapuolisesti kaikkien netinkäyttäjien nähtävissä ja käytettävissä, ne ovat vuorovaikutteisia sekä suhteessa lukijoihinsa että muuhun internetissä sijaitsevaan sisältöön ja lisäksi niiden

tiedonkäsittelykapasiteetti on käytännössä rajaton. Journalismikritiikin alustaksi blogit sopivat erityisen hyvin: ne pystyvät kommentoimaan online-uutisointia reaaliaikaisesti, ne voivat linkittää suoraan kommentoimaansa uutiseen ja niissä kirjoitettu kritiikki leviää paljon laajemmalle kuin kanssakeskusteluissa, puhumattakaan yleisöpalautteena lähetetystä kritiikistä, jota ei välttämättä koskaan julkaista.

2.3.1 Blogin lyhyt historia

Blogien historia on nuori: niiden synty ajoittuu 1990-luvun puoliväliin, jolloin internetin graafinen käyttöliittymä (www) sekä html-editoriohjelma mahdollistivat yksityisen verkkojulkaisemisen. Ilmiön nuoruuden ja monimuotoisuuden takia blogeille ei ole voitu antaa tyhjentävää määritelmää: erimielisyys koskee jopa sitä, onko blogeissa kyse omasta tiedotusvälineestään vai genrestään (Garden 2012). Yhden määritelmän mukaan blogi on ei-kaupallinen, jonkin blogiohjelmiston avulla säännöllisesti päivitetty verkkosivusto, jossa julkaistaan päiväkirjamaisia merkintöjä, uutisia, linkkejä, luovia kirjoituksia sekä muita tekstin ja grafiikan yhdistelmiä, joita nimitetään postauksiksi/päivityksiksi, julkaisupäivämäärän mukaan kronologisessa järjestyksessä (Carl 2003, 1).

Toisesta näkökulmasta lähtevän määritelmän mukaan blogit ovat yhtäältä henkilökohtaisen julkaisemisen väline, toisaalta uusi, muotoutumassa oleva uutis- ja ajankohtaisviestinnän muoto (Heinonen & Domingo 2009, 68–69). Blogijulkaisemisen hallitsevat periaatteet ovat yksinkertaisuus, kronologisuus, henkilökohtaisuus, tekstien kommentointimahdollisuus ja linkittäminen. Kommenttien jäljitysominaisuus mahdollistaa keskustelun laajentumisen muihin blogeihin, mikä tekee blogeista hyviä keskusteluareenoja (Ibid).

Colemanin ja Rossin mukaan (2010, 109–110) ensimmäiset bloggaajat aloittivat oman aineistonsa julkaisemisen verkon interaktiivisuuden houkuttelemana. Interaktiivisuus

toimii verkossa sekä vertikaalisesti että horisontaalisesti. Vertikaalinen interaktiivisuus pitää sisällään esimerkiksi lukijoiden kommentit ja kysymys–vastaus-ketjut.

Horisontaalisella interaktiolla taas tarkoitetaan verkon kykyä linkittää erilaisia julkaisuja toinen toisiinsa. Hyperlinkki onkin blogien tärkein ominaisuus. Heinosen ja Domingon mukaan (2009, 72) hyperlinkin omaksuminen on tehnyt blogeista ensimmäisen aidosti web-lähtöisen viestintägenren.

2000-luvun taitteessa verkkojulkaisemisesta on tullut teknisesti helpompaa erilaisten ilmaisten julkaisuohjelmien ansiosta, mikä on nopeasti lisännyt blogien määrää. 2000-luvun alkupuolella vallitsikin bloggaamisen buumi, jonka aikana sekä blogeja että niitä koskevaa tutkimuskirjallisuutta syntyi paljon. 2010-luvulle tultaessa blogit ovat ikään kuin unohtuneet Facebookin, Twitterin ja muiden vielä uudempien sosiaalisen median teknologioiden astuessa päivänvaloon. Tämä näkyy selvästi mm. siitä, että aivan tuoreta blogeja koskevaa tutkimusta on vaikea löytää. Kuvaavaa on, että Dmitry Yagodinin tuoreen väitöskirjan *The Blogization of Journalism. How blogs politicize media and social space in Russia* lähdeluettelossa on vain neljä 2010-luvulla julkaistua lähdettä, jossa sana 'blogi' esiintyy otsikossa (Yagodin, 2014).

2.3.2 Blogosfääri maailmalla ja Suomessa

Blogien universumi, blogosfääri (nimen keksi alun perin kirjailija Bill Quick), on se internetissä sijaitseva verkosto, jossa kaikki toisiinsa lukemattomin linkein sidotut blogit ovat. Vielä vuonna 1999 blogosfääri oli pieni: tuolloin Jesse James Garrett löysi internetistä yhteensä 23 blogia (Pedersen 2010, 3). Vuosina 2003–2005 blogien lukumäärä kaksinkertaistui aina viiden kuukauden välein ja nykyisin (tieto vuodelta 2009) blogeja on kymmeniä tai jopa satoja miljoonia (Heinonen & Domingo 2009, 74). Tarkkaa lukumäärää on mahdoton arvioida. Heinonen (24.9.2014, henkilökohtainen tiedonanto) toteaa, että blogistatistiikasta on saatavilla vain suuntaa antavaa tietoa: esimerkiksi englanninkieliset tilastot jättävät usein pois esim. kiinaksi tai koreaksi

kirjoitetut blogit. Pew Research Center on kuitenkin raportoinut, että 8 prosenttia amerikkalaisista internetinkäyttäjistä kirjoittaa blogia ja 34 prosenttia lukee niitä (Sweetser et al. 2008, 169).

Englanninkielistä blogosfääriä (aineiston blogeista yhdysvaltalaisia 76%) on hahmotellut Christine R. Carl, joka löysi 2000-luvun alun blogosfääristä seuraavia piirteitä: bloggaajista (N=1996) reilu puolet (53%) oli naisia. Koska kaikista yhdysvaltalaisista internetinkäyttäjistä vain reilu 46 prosenttia on naisia (tieto vuodelta 2002; A Nation Online -tutkimus), on selvää, että bloggaaminen oli naisten keskuudessa suositumpaa kuin miesten. 85 prosenttia bloggaajista oli alle 35-vuotiaita. Bloggaajien koulutustaso oli nuorten suuresta määrästä huolimatta verrattain korkea: vähintään kandidaatintutkinnon (bachelor) oli suorittanut lähes puolet (49%) bloggaajista. Lukijoita bloggaajilla oli oman ilmoituksensa mukaan seuraavasti: Yli kolmanneksella (38%) blogeista oli alle 10 lukijaa viikossa. Valtaosalla (41,5%) blogeista oli 10-99 lukijaa viikossa ja viidenneksellä (20,5%) enemmän kuin 100 lukijaa viikossa. (Carl 2003) Tutkimuksen vanhuuden (yli 10 vuotta) ja blogosfäärin nopean kasvun vuoksi nämä luvut eivät kuitenkaan ole yleistettävissä nykyhetkeen.

Venäjänkielistä blogosfääriä verkostoanalyysin avulla tutkineet Etling ym. (2010) löysivät siitä mielenkiintoisia piirteitä esimerkiksi yhdysvaltalaiseen blogosfääriin verrattuna. Tutkijoiden mukaan amerikkalaiset uutisiin ja politiikkaan keskittyneet blogit ovat melko tiukasti jakaantuneet liberaali-konservatiiviklustereihin, joissa bloggaajat linkittävät pääosin oman klusterinsa uutislähteisiin ja samanmielisiin blogeihin. Venäläiset blogit taas ovat vähemmän ”kaikukammioidensa” vankeja, mikä tekee jakolinjat ylittävän yhteiskunnallisen keskustelun helpommaksi. Tutkijat myös havaitsivat, että venäjänkielinen blogosfääri muodostaa neljä ydinvyöhykettä, joissa sijaitsevat blogit linkittävät keskenään samankaltaisiin lähteisiin. Näistä vyöhykkeistä politiikan ja julkisen keskustelun vyöhyke linkitti useimmin uutislähteisiin, ja tällä vyöhykkeellä sijaitsevilla blogeissa oli myös lukumääräisesti eniten linkkejä. Mielenkiintoista on, että suurin osa linkeistä ei johda toisiin blogeihin, vaan muille nettisivustoille, kaikkein useimmin You Tubeen. (Etling et al. 2010)

Bloggaaja Matti Lintulahti arvioi suomalaisen blogosfäärin suuruudeksi loppuvuonna 2005 170 000 blogia (Lintulahti 2005), joskin luvussa ovat mukana kaikki eri alustoilla perustetut blogit, joita ei välttämättä ole päivitetty kertaakaan perustamisen jälkeen. Kirjoituksen yhteydessä käytiin saman tien kriittinen keskustelu siitä, montako prosenttia perustetuista blogeista voidaan edes laskea blogeiksi, saati sitten aktiivisiksi sellaisiksi. Sosiaalisen median asiantuntija Harto Pönkä (2014) on koonnut Blogilistan tietoja vuodesta 2005. Ne osoittavat, että Blogilistan blogit ovat lisääntyneet vuosittain 5000-10 000 blogilla. Suhteellisesti eniten blogit lisääntyivät vuonna 2006, lukumääräisesti eniten 2009–2010; sittemmin blogien lisääntyminen on tasaantunut. Tätä opinnäytettä kirjoitettaessa Blogilistalla on yli 55 700 blogia (tilanne 10/2014).

On kuitenkin melko mahdotonta määritellä, paljonko blogeja jää Blogilistan ulkopuolelle. Jotain osviittaa antaa Tilastokeskus (2012), jonka mukaan 7 prosenttia alle 74-vuotiaista suomalaisista kirjoittaa blogia tai tekee kotisivuja. Sen sijaan Heikkilän (2011, 7) mukaan suomalaisten bloggaajien määrä on 5 prosenttia internetin käyttäjistä. Suhteutettuna vuoden 2012 työikäisten suomalaisten määrään, tämä tarkoittaa vähintään 183 000, enintään 290 000 työikäistä bloggaajaa/kotisivujen tekijää. Blogien lukumäärän täytyy olla suurempi, koska useat bloggaajat pitävät montaa blogia. Tämän luvun perusteella joka viides tai neljäs bloggaaja olisi kirjautunut Blogilistaan yhdellä blogilla. Jos tämä pitää paikkansa, uusien bloggaajien syntymävauhti on Suomessa 23 000–29 000 vuodessa (laskutapa: Blogilistan kasvu 2013 kerrottuna 4:llä ja 5:llä).

Matikaisen (2009) tutkimus Blogilistan blogeista (N=238) osoitti, että enemmistö (85%) blogien kirjoittajista oli naisia ja vähemmistö (15%) miehiä. Iältään bloggaajat olivat enimmäkseen nuoria: 54 prosenttia bloggaajista oli alle 30-vuotiaita. Teemoittain jakaen naisten kirjoittamista blogeista puolet olivat harrastusblogeja ja vajaa puolet päiväkirjablogeja. Ammattiblogeja, kannanottoblogeja ja muita blogeja oli muutama kutakin. Miesten kirjoittamat blogit jakautuivat tasaisemmin. Harrastusblogeja oli reilu kolmannes, kannanottoblogeja vajaa kolmannes, päiväkirjablogeja viidennes ja ammattiblogeja ja muita blogeja muutama kumpaakin. Erityisesti otoksessa nousi esiin

muotiblogien suuri osuus: kaikista otoksen blogeista 18 prosentissa käsiteltiin ensisijaisesti muotia. (Matikainen 2009, 18–29)

Journalismikriittisiä blogeja suomalaisessa blogosfäärissä on melko vähän. Esimerkiksi journalismin vastuullisuutta (accountability) tutkinut Heikkilä (2011, 18) toteaa, että vaikka suomalaiset käyttävät paljon internetiä uutisten ja sosiaalisen median seuraamiseen, mediakriittinen bloggaaminen ja muu sosiaalisessa mediassa moderoitu mediakriittinen toiminta on harvinaista. Tämä kertoo tutkijan mukaan toisaalta siitä, että blogien ja uutismedian välille ei ole Suomessa syntynyt hedelmällistä vastakkainasettelua ja toisaalta siitä, että blogit eivät yleensäkään ole yhteiskuntakriittisesti motivoituneita. Heikkilän journalistihaastateltavat sanovat, että 2000-luvun alussa vallitsi pienehkö journalismikriittisen bloggaamisen buumi, joka on sittemmin hiljentynyt (Ibid.). Myös Matikainen (2009, 29) toteaa, että vaikka kolmasosassa blogeja on luettavissa ainakin yksittäisiä yhteiskunnallisia kannanottoja, ensisijaisesti blogit ovat harrastusta, viihdettä ja ajanvietettä.

2.3.3 Blogien ja journalismin suhde

Blogin olemuksessa on hämmentävä, mutta mitä ilmeisimmin hedelmällinen ristiriitaisuus: sen suhde henkilökohtaiseen ja julkiseen. Useimmiten blogeja kirjoitetaan persoonallisella ja subjektiivisella otteella: niissä kerrotaan omaan tyyliin omaan elämään liittyvistä ja oman mielenkiintoa koskettavista asioista. Kuitenkin päivitykset kirjoitetaan suurta yleisöä silmällä pitäen; kirjoitukset on tarkoitettu julkisiksi. Esimerkiksi Sarah Pedersen (2010, 2) vertaa blogikirjoittelua sanomalehden yleisönosastokirjoituksiin. Niissä ihmiset tuovat julkisuuteen mielipiteitään ja näkemyksiään persoonallisella tavalla, kuitenkin siten, että heidän yksityisyytensä säilyy nimimerkin takana. Blogeissa yksityisen ja julkisen raja määritellään hienojakoisemmin; jotain itsestä paljastetaan, jotain jätetään piiloon. Päätäntävalta on kokonaan bloggaajalla itsellään.

Pedersen kysyi tutkimuksessaan (2010), mikä saa ihmiset bloggaamaan. Syitä löytyi useita: Ensinnäkin bloggaajat haluavat osallistua julkiseen keskusteluun. Toisaalta he purkavat blogeissaan henkilökohtaisia asioitaan ja etsivät niihin tukea lukijoiltaan. Kolmanneksi blogien avulla solmitaan ystävyksiä, ansaitaan rahaa, pyritään saamaan selkoa informaatiotulvasta ja rakennetaan tunnettuutta omalle nimelle. Myös tässä tutkimuksessa blogien rajankäynti yksityisen ja julkisen välillä todettiin häilyväksi. Vaikka jotkut bloggaajat kirjoittivatkin yleisistä aiheista journalisminomaisesti, useimmat bloggaajat kertoivat kuitenkin kirjoittavansa päiväkirjamaisesti ”itseään varten”. Silti henkilökohtaistenkin asioiden käsittelyssä tärkeää oli tietynlainen etäisyys reaalielämästä sekä samassa elämäntilanteessa olevien lukijoiden kommentit. Pedersen toteaaakin, että blogit ovat usein välineitä itseymmärryksen kasvattamiseen – eräänlainen sosiaalisen itseterapian muoto. (Pedersen 2010, 130–131)

Ottaen huomioon blogien päiväkirjamaisuuden sekä sen, että useimmat blogit eivät kerää kourallista enempää lukijoita (Heinonen & Domingo 2009, 74–76), voidaan varmasti todeta, että blogosfääristä ei ole tullut journalismin korvaajaa. Blogosfäärissä on kuitenkin paljon blogeja, joilla on löyhiä tai kiinteitä kytköksiä journalismiin. Heinonen ja Domingo erottavat journalistiset blogit omaksi lajityypikseen blogosfäärin kirjossa. Heidän mukaansa osa julkaisijoista on journalismin suhteen amatöörejä, osa taas journalisteja tai mediayrityksiä. Heidän yhteisenä pyrkimyksenään on ”tarjota laajalle yleisölle tietoa ajankohtaisista tapahtumista ja/tai tapahtumien kommentteja ja pohdintoja” (Ibid. 76).

Em. tutkijat jakavat journalistiset blogit neljään lajityyppiin: kansalais-, yleisö-, journalisti- ja mediablogeihin. Kansalaisblogeja julkaisevat medioista riippumattomat kansalaiset, jotka kommentoivat uutisia, esiintyvät uutisaiheiden asiantuntijoina tai toimivat amatöörireporttereina. Yleisöblogeja taas julkaistaan vakiintuneen median ”siipien suojassa”, ts. jonkin verkkomedian sivuilla. Joskus yleisöblogit on kytketty osaksi toimitusta, mutta useimmiten blogeilla ei ole mitään tekemistä uutistoiminnan kanssa. Yleisöblogien tarkoitus onkin yleensä vaalia tiedotusvälineen lukijasuhdetta ja

lisätä lukijakunnan yhteisöllisyyttä. Journalistiblogit taas ovat osa journalismin instituutiota; niiden ylläpitäjät ovat ammattijournalisteja. Blogit sijaitsevat kuitenkin mediatalojen verkkosivujen ulkopuolella, ja toimittajilla on niissä täysi vapaus kirjoittaa mitä he haluavat. Tätä vapautta he käyttävät esittämällä blogeissaan enemmän tulkintoja ja mielipiteitä kuin he päivätyössään voivat tehdä. Mediablogit taas sijaitsevat valtamedian omilla sivuilla, ja niitä ylläpitävät lehden vakituiset toimittajat tai kutsutut vieraat. Mediablogit ovat toimituksellista sisältöä siinä missä muukin toimituksen tuottama aineisto. Niiden käyttöä leimaa toimituksellinen (itse)sääntely ja varovaisuus, tosin innovatiivisiakin kokeiluja on nähty. (Heinonen & Domingo 2009, 76–83)

Heinosen ja Domingon mukaan (Ibid. 83–85) blogit haastavat journalismia kolmella tavalla. Ensinnäkin blogit kritisoivat valtamedian uutisia ja tarjoavat niihin täydentävää tai niiden kanssa kilpailevaa tietoa. Cooper (2006, 253–254) luettelee tällaiseksi vaihtoehtoiseksi journalismiksi blogien julkaisemat uutiskuvat, bloggaajan henkilökohtaiseen asiantuntemukseen perustuvat pitkät artikkelit, poliittiset analyysit, uutismaiset raportit ja silminnäkijähavainnot sekä ulkomaisten uutisten käännökset. Yagodin (2014, 25) nimeää journalismin kanssa kilpaileviksi medioiksi eteläkorealaisen OhMyNewsin, yhdysvaltalaisen Huffington Postin sekä venäläisen Ridusin. Suomessa vaihtoehtoista journalismia voi löytää esimerkiksi blogipohjalla toteutettavista verkkolehdistä, joissa raportoidaan usein paikallisia tapahtumia. Tällaisia uutisblogeja ovat esim. lahtelainen Verkkolehti Esipuhe sekä helsinkiläinen kaupunginosasivusto Muheira.fi. Toisin sanoen blogit haastavat journalismin yksinkertaisesti tekemällä itse (parempaa tai erilaista) journalismia kuin institutionaalinen media. Samalla myös määrittelyvalta siitä, mikä on uutinen, on livennyt pois toimittajien käsistä.

Kyse on perustavanlaatuisesta muutoksesta journalismin kentällä. Kansalaislähtöinen journalismi ei nimittäin pyri välttämättä siihen, mitä valtavirtajournalismi tekee, vaan etsii aivan toisenlaisia kirjoittamisen ja yhteiskunnallisen osallistumisen muotoja. Tämä kohtuullisen sävyisä vallanvaihto konkretisoituu siellä, missä institutionaalinen media pahiten epäonnistuu: sotakentillä, kriiseissä ja autoritaarisissa yhteiskunnissa. Esimerkiksi Zimbabwessa toimiva Kubatana.net on muutaman kymmenen bloggaajan

muodostama verkkojulkaisu, jossa käsitellään esimerkiksi taloutta, vaaleja ja mediaa henkilökohtaisella aktivismiotteella, joka ei edes pyri objektiivisuuteen tai puolueettomuuteen, vaan päin vastoin yhteiskunnalliseen muutokseen. (Moyo 2011)

Toiseksi blogit haastavat traditionaalisen journalismin vahvalla lukijasuhteellaan, mikä taas on perinteisen median suuri heikkous: blogit ovat luonteeltaan ”osallistuvia ja osallistavia” eli ne uutisoivat asioista, joissa kirjoittajat ovat itse olleet osallisina, ja lisäksi ne kutsuvat lukijoita keskustelemaan julkaisuista (Heinonen & Domingo 2009, 83–85). Philadelphialaista journalistista ”ekosysteemiä” tutkinut Anderson (2011, 156–157) kirjoittaa, että blogeilla on yleisösuhteessaan etulyöntiasema institutionaaliseen journalismiin verrattuna: siinä missä journalisti kirjoittaa ”kenelle tahansa” ja ”kaikille”, bloggaja kirjoittaa ”omilleen”. Andersonin mukaan bloggajat usein tuntevat yleisönsä, eivätkä yritäkään tavoittaa teksteillään kaikkia.

Kolmanneksi blogit haastavat institutionaalisen journalismin viemällä siltä oikeuden portinvartijarooliin ja professionaalisiin työmenetelmiin: usein bloggajat noudattavat kaikkia niitä tiedonhankinta, -käsittely ja -jakelurutiineja kuin ammattitoimittajatkin. Toisin sanoen kyse on journalismin ”omistussuhteen” muuttumisesta: journalismi ei ole enää professionaalisen toimittajakunnan yksinoikeus (Heinonen & Domingo 2009, 83–85). Myös Anderson toteaa (2011, 158), että esimerkiksi kansalaisjournalismiin perustuvan Philadelphia Indymedian ja perinteisen Philly.com -uutissivuston työrutiinit ja julkaisuprosessit olivat hämmästyttävän samanlaiset. Itse asiassa amatööri- ja ammattitoimittajien tuottamat uutisetkaan eivät pysy erillään toisistaan. Anderson esittelee mallin (”iterative pyramiding”), jonka mukaan uutiset leviävät verkossa asianosaisilta vaihtoehtoisille medioille, sieltä perinteiseen mediaan ja sieltä jälleen sosiaalisen median kautta uuteen kiertoon.

Miltä blogit sitten näyttävät professionaalisen journalismin näkökulmasta? Sweetser ym. (2008) ovat tutkineet Yhdysvaltojen institutionaalisen median ja PR-ammattilaisten suhtautumista blogeihin ja sieltä saatavaan tietoon. He toteavat, että journalistien suhde blogeihin on ristiriitainen. Toisaalta blogit nähdään usein huonosti kirjoitettuna,

omahyväisinä, liian kantaa ottavina amatöörien tuotoksina (Regan 2003 Sweetser et al. 2008, 171 mukaan), mutta toisaalta toimittajat etsivät blogeista tietoa, näkökulmia ja jutunaiheita ja kirjoittavat blogeja itsekin. Myös Yagodin (2014, 25) toteaa, että journalismin ja blogosfäärin rinnakkaiselo on monin osin sopuisaa: toimittajat siteeraavat blogeja, haastattelevat bloggaajia julkkiksina ja työllistävät bloggaajia freelancereina verkkosivuilleen. Blogien esiinmarssia venäläisessä valtamediassa havainnollistavat seuraavat luvut: kun bloggaajista kertovia juttuja ilmestyi vuonna 2006 yhteensä alle sata (kahdeksassa Venäjän suuressa tiedotusvälineessä), vuonna 2012 bloggaamiseen liittyviä juttuja ilmestyi jo yli 2000 (Ibid. 169).

Huomiolle pantavaa on se, että vaikka journalistit käyttävätkin blogeja paljon, he eivät yleisesti pidä niitä luotettavina (Sweetser et al. 2008, 175). Tutkijat kuitenkin huomauttavat, että ihmiset luottavat sitä enemmän tiettyyn mediaan, mitä enemmän he sitä käyttävät. Esimerkiksi vain 12 prosenttia amerikkalaisista internetinkäyttäjistä pitää blogeja luotettavina, mutta kun asiaa kysytään niiltä, jotka lukevat blogeja, luottavaisten määrä nousee 23 prosenttiin (Ibid. 171). Tutkijat ennustavat, että sama ilmiö tulee koskemaan journalistejakin: kun blogien käyttö toimituksissa yleistyy, myös luottamus niitä kohtaan kasvaa (Ibid. 179).

Kaiken kaikkiaan blogien merkitys institutionaalisen journalismin rinnalla täytyy nähdä journalismia ja julkista keskustelua *täydentävänä* ja *parantavana* tekijänä. Cooper (2006, 285–288) hahmottelee blogien merkitystä Jürgen Habermasin ja Elisabeth Noelle-Neumannin tunnetuiden teorioiden kautta. Cooperin mukaan blogit tuovat Habermasin ideaalin täydellisestä julkisesta keskustelusta lähemmäksi todellisuutta kuin koskaan. Ensinnäkin blogit antavat äänen, julkaisukanavan ja keskustelualustan kaikille (USA:n kontekstissa) niille, jotka aiemmin syystä tai toisesta ovat jääneet institutionaalisessa mediassa syrjään. Toiseksi antaessaan äänen merkitsevästi laajemmalle mielipiteiden ja ajatusten kirjolle yhteiskunnassa blogit ehkäisevät Noelle-Neumannin teoretisoiman hiljaisuuden spiraalin syntymistä: ihminen, joka löytää blogeista tukea omintakeisille, ehkä marginaalisille ajatuksilleen, voimaantuu ottamaan osaa julkiseen keskusteluun.

Blogit vahvistavat ja demokratisoivat julkista keskustelua myös siten, että ne houkuttelevat ja painostavat institutionaalista journalismia avautumaan yleisöön päin uudella tavalla. Blogit luovat verkkoviestintää, jonka lähtöpisteitä ovat mm. hyperlinkki, läpinäkyvyys, tietojen täydentyminen sekä lukijoiden osallistuminen.

[W]eblogit toimivat katalyyttina, joka virittää verkkoviestinnän aikakauden kansalaisjournalismia, osallistuvaa journalismia, joka kutsuu luomaan ammattijournalistien ja yleisön yhteistyönä syntyvää julkista keskustelua. Tuloksena voi olla aiempaa kirjavampi viestintämaisema – mutta myös aiempaa antoisampi. (Heinonen & Domingo teoksessa Väliverron 2009, 86)

2.3.4 Blogien journalismikritiikki

Blogien journalismikritiikki lähestyy journalismia kahdesta eri suunnasta. Toisaalta bloggaajat haastavat journalismia omalla uutistuotannolla, ts. toimimalla kansalais- tai amatöörijournalisteina (ks. edellinen luku). Toisaalta journalismia kritisoidaan kommentoimalla ja analysoimalla valtamedian tuotoksia. Nämä ”mediakommentaarit” tai ”vahtiblogit” (Heinonen & Domingo 2009, 77), ovat tämän tutkimuksen kiinnostuksen kohde. Vahtiblogien journalismikritiikki voi koostua joko lyhyistä, irrallisista, kriittisistä viittauksista uutisiin tai perusteellisista ”jatkotarinoista”, joissa seurataan ja analysoidaan tietystä aiheesta pitkällä aikavälillä ilmestyneitä uutisia (Cooper 2006, 17).

Tällainen kriittinen uutisseuranta (kuin myös vaihtoehtoinen uutistuotanto) on etenkin Yhdysvalloissa jo niin vakiintunut ilmiö, että Cooper (2006) on kutusunut blogeja viidenneksi valtionmahdiksi (ks. myös Kline & Burstein 2005). Blogien journalismikritiikistä voi Cooperin mukaan löytää neljä päälinjaa. Ensinnäkin blogeissa tartutaan valtamediassa tehtyihin asiavirheisiin (accuracy). Toiseksi blogit kritisoivat

journalistien valitsemissä näkökulmia ja asiayhteyksiä (framing). Kolmanneksi blogit arvioivat uutisten arvoa ja tarjoavat vaihtoehtoisia uutisagendoja (agenda-setting/gatekeeping). Neljänneksi blogeissa arvioidaan journalistisia käytäntöjä ja jutuntekoproosessia (journalistic practices). (Cooper 2006, 18–19)

Journalismin tarkkuutta blogit arvioivat muun muassa tarkistamalla journalismissa esitettyjä faktoja ja sitaattien tarkkuutta suhteessa alkuperäiseen lähteeseen; varmistamalla käytettyjen dokumenttien aitouden; tarkistamalla, että tilastoja ja tieteellisiä tutkimuksia on tulkittu oikein ja tarkastelemalla internetilmiöiden (meemit) luotettavuutta. Journalismin tarjoamia näkökulmia bloggaajat kritisoivat esimerkiksi kyseenalaistamalla kehykset, jotka tietyille uutiselle on annettu tai antamalla kyseisille faktoille uuden kontekstin. Journalismin portinvartijaroolin blogit kyseenalaistavat kritisoimalla uutisten julkaisemisperusteita ja asettamalla vaihtoehtoisia uutisagendoja tarjoamalla uutisia ja analyyssejä aiheista, joita valtamedia ei käsittele. Journalistista käytännöistä arvioinnin alla ovat erityisesti uutisten etsimiseen ja keräämiseen, kirjoittamiseen, editointiin ja virheiden korjaamiseen liittyvät rutiinit. (Ibid.)

Kysymys siitä, onko blogien journalismikritiikillä todellista vaikutusta valtamedian toimintaan ja uutistuotantoon, on vaikea. Kansainvälisessä politiikassa on tiedossa useita tapauksia, joissa yksittäisen bloggaajan paljastus tai tieto on vaikuttanut politiikkaan ja esimerkiksi yksittäisen poliitikon eroamiseen. Tällaisissa tapauksissa valtamedia on poiminut poliittiseen skandaaliin johtaneen tiedon blogosfääristä. Kuitenkin blogien merkitys esimerkiksi silloin, kun verkossa liikkuvat ihmiset etsivät tietoa tai muodostavat mielipiteitään, on todettu vähäiseksi (Pew Research Center 2003). Ehkä parhaimmillaan blogien journalismikritiikin voima onkin agendakysymyksessä: blogit toimivat valtamedialle indikaattorina, jotka kertovat ”mitä on meneillään”, ja ”mitä ihmiset ajattelevat”. Jos blogeilla on tarjota jotain uutisarvoista, on hyvin todennäköistä, että uutiskynnys ylittyy heti, kun joku valtamedian toimittaja törmää kyseiseen blogiin (Kline & Burstein 2005, 85–88).

2.4 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tämän opinnäytetyön tutkimustehtävänä on hahmotella, mitä sosiaalisessa mediassa viihtyvä väki journalismilta haluaa ja ennen kaikkea, mitä se ei halua. Tutkimus rajataan koskemaan blogeja ja niiden kirjoittajia. Rajaus on perusteltu, sillä vaikka internetin aikakaudella (ja internetissä) on viime vuosina tehty kaksikin suomalaista, nimenomaan internetinkäyttäjien journalismikritiikkiä hahmottelevaa tutkimusta, niiden kohteina eivät olleet blogit. Toinen tutkimus koski Ilta-Sanomien internetsivuilla käytyjä keskusteluja journalismin tilasta (Vesa 2010), toisessa tutkimuksessa yleisön mielipidettä mitattiin kyselylomakkeella, joka lähetettiin muutamille suosituimmille sosiaalisen median keskustelufoorumeille (Vainikka et al. 2013) (tutkimuksista tarkemmin luvussa 2.2.3)

Molemmissa tutkimuksissa nettikansan mediakritiikkiä siis etsittiin foorumilta, jossa ihmiset ikään kuin asettuivat varta vasten median kritikoiksi. Ilta-Sanomien nettikeskusteluissa mediakritiikki sisäänkirjoitettiin keskustelunavaukseen ja kysymyksenasetteluun, Vainikan ym. tutkimuksessa taas pyydettiin ihmisiä antamaan mediakritiikkiään varta vasten tutkimuksen käyttöön.

Sen sijaan ottamalla aineistoksi blogikirjoituksia ja niiden synnyttämiä keskusteluja pyritään tavoittamaan nettikansan ensisijainen, spontaani, kritiikki. Omaehtoisessa blogikirjoittelussa/-kommentoinnissa nousevat näkyviin ne asiat, jotka journalismin arkisessa esiintymisessä ihmisiä harmittavat. Oletettavasti tällöin näkyviin tulevat myös yksityiskohdat ja pienet asiat, jotka helposti jäävät suurten linjojen ja yleistysten taakse silloin, kun mediaa aletaan arvostella oikein asiasta tehden ja ”olan takaa”.

Blogikirjoitusten tuottaman tiedon tueksi tarvitaan muutamia tietoja itse blogien kirjoittajista. Tutkimukseen kuuluukin blogiaineiston bloggaajille lähetettävä tutkimuskysely, jossa kartoitetaan blogien perustietojen lisäksi bloggaajien käsityksiä journalismin tilasta sekä journalismin luotettavuudesta ja todenmukaisuudesta.

Tutkimustehtävänä on siis hahmotella kokonaiskuvaa suomalaisten blogien journalismikriitikistä. Tämä tehdään analysoimalla Suomessa vuonna 2012–2014 kirjoitettuja journalismikriittisiä blogeja. Tutkimuskyselyn avulla tavoitteenani on selvittää myös, keitä mediakriittiset bloggaajat ovat ja kuinka luettuja heidän bloginsa ovat. Tutkimuksella pyritään ymmärtämään, millainen merkitys blogeilla on journalismikriittisessä keskustelussa Suomessa. Samalla halutaan selvittää, olisiko blogeilla tarjota journalismille joitain omintakeisia eväitä kriisistä selviämiseen. Tutkimuskysymykseni ovat siis,

- Millaista journalismikritiikkiä suomalaisista blogeista löytyy ja miten blogien kirjoittajat arvioivat journalismin todenmukaisuutta ja luotettavuutta?
- Millainen merkitys blogeilla on journalismikriittisessä keskustelussa?

Näihin kysymyksiin vastaaminen edellyttää vastausten etsimistä myös seuraaviin kysymyksiin:

- Millaisia suomalaisia, journalismikriittisiä blogeja on olemassa?
- Ketkä journalismikriittisiä blogeja kirjoittavat?
- Kuinka paljon blogeilla on lukijoita?
- Millaisiin seikkoihin bloggaajat kiinnittävät journalismissa huomiota ja mihin/keneen he suuntaavat kritiikkinsä?
- Millaista kommentointia kritiikki herättää lukijoiden keskuudessa?

3 Metodologinen kehys

3.1 Peruskäsitteiden määrittely

Internetissä tapahtuvassa tutkimuksessa käsitteenmäärittely on hyvä aloittaa internetistä itsestään, tuttavallisemmin 'verkosta'. Vaikka internet ei ole yhtenäinen käsite, sen voidaan nähdä koostuvan kolmesta kerroksesta: pohjatasona on materiaallinen ja tekninen infrastruktuuri, keskellä välittävä kerros koodeineen ja ohjelmistoinen, ja päällimmäisenä kerroksena verkkosivujen sisällöt, kuten tekstit, kuvat ja äänet (Lessig 2001 Laaksonen et al. 2013, 12 mukaan). Verkon sosiaaliset merkitykset rakentuvat näiden kerrosten välillä, niiden vuorovaikutuksessa (Laaksonen et al. 2013, 12.).

'Sosiaalinen media' eli 'some' taas viittaa sellaisiin verkkopohjaisiin sovelluksiin, jotka mahdollistavat käyttäjäsällön luomisen (user-generated content) ja jakamisen (esim. Matikainen 2009, 9). Tutuimmat näistä sovelluksista lienevät Facebook, Yahoo, Google, Youtube, Twitter ja Wikipedia. Sosiaalinen media on käsitteenä harhaanjohtava siksi, että sen luonne ei ole pelkästään sosiaalinen ja yhteisöllinen, vaan sosiaalinen media on myös kaupallinen ympäristö, jossa suuret mediajätit toimivat liiketoiminnallisin periaattein. Nämä periaatteet vain eivät näyttäyty kovinkaan selkeinä käyttäjän näkökulmasta (Laaksonen et al. 2013, 14). Rinnakkainen nimitys sosiaaliselle medialle onkin internetkonsultti Tim O'Reillyn kehittämä käsite Web 2.0, joka korostaa verkon teknologista ja palvelunomaista puolta (Matikainen 2009, 9).

Lisäksi on tärkeä erottaa verkon eri ulottuvuudet tutkimuskontekstissa. Verkko voidaan nähdä vaihtoehtoisesti joko tutkimuksen välineenä, sen lähteenä, kohteena tai paikkana, jossa tutkimus tapahtuu (Laaksonen et al. 2013, 18–19). Tässä tutkimuksessa internet on sekä tutkimuksen väline (verkko toimii välineenä tutkimuskyselyaineiston keräämiseen) että tutkimuksen lähde (tutkimuksen kohteena ovat internetin sisällöt, tässä tapauksessa blogit).

'Blogi' on internetissä sijaitseva, yleensä epäkaupallinen julkaisu, jota päivittää yksi tai useampi kirjoittaja. Julkaisun ohella voidaan puhua vaikkapa verkkopäiväkirjasta. Olennaista määritelmässä on sisältö, jota bloggaaja tuottaa kronologisesti julkaisupäivämäärällä varustettuna, ja joka hyödyntää internetin rakennetta eli mahdollisuutta sisällyttää teksteihin kuvia, videoita, linkkejä ym. (Carl 2003, 1–3). Blogeista tuli suosittu verkkovuorovaikutuksen muoto 2000-luvun vaihteessa, ja niiden yleistymisen on katsottu usein myös sosiaalisen median syntyajaksi (Laaksonen et al. 2013, 197). Blogin voi koodata itsekkin, mutta useimmat blogit perustetaan valmiille blogipalvelimille/-alustoille, joista suosituimmat ovat MSN Spaces, Live Journal, Vuodatus.net (Suomessa), Blogger ja Wordpress -palvelut. Useimmat blogit ovat itsenäisiä julkaisuja, mutta monet blogit sijaitsevat myös ammattimaisten sisällöntuottajien sivuilla, kuten online-sanomalehdissä tai -aikakauslehdissä. Näistä voisi mainita erityisesti verkkolehti Uuden Suomen avoimet blogiosastot Vapaavuoro ja Puheenvuoro, jotka ovat hyvin suosittuja blogialustoja.

'Blogosfääri' tarkoittaa kaikkien verkossa olevien blogien ja niiden välisten ristiinviittausten ja linkkien muodostamaa kokonaisuutta (Kuutti 2012, 17). Usein bloggaaja kerää bloginsa reunaan linkkilistan, jossa hän mainitsee ne blogit, joita hän itse seuraa säännöllisesti. Blogien luonteeseen kuuluu myös se, että kirjoitusten aiheet nousevat usein internetistä; online-uutisista, toisista blogikirjoituksista, keskustelupalstoista tms. Nämä lähteet on tapana linkittää blogitekstin sisään. Näin ollen jokainen blogikirjoitus on myös oma pieni blogosfäärinsä eli linkkien ja ajatusten verkosto.

'Juttu' on yleisnimitys kaikille journalistisille tuotoksille, niin lehtikirjoituksille kuin yksittäisille TV- ja radio-ohjelmillekin (Kuutti 2012, 77), mutta tässä opinnäytteessä 'juttu' eli 'kirjoitus' eli 'päivitys' tai 'postaus' viittaa kirjoituskokonaisuuteen, jonka bloggaaja julkaisee yhdellä kertaa. Päivityksiä voi olla useampi päivässä – kirjoittaja päättää milloin juttu on valmis, ja kuinka usein haluaa kirjoituksiaan julkaista. Usein päivitys tai juttu on kolumnimainen, kokonainen teksti (Laaksonen & Matikainen 2013,

197), mutta blogipäivitys voi olla myös kuva tai kuvakokoelma, linkki, audio-tiedosto tai mikä tahansa digitaalinen tuotos. Postausta voi myöhemmin päivittää eli muokata, ja useimmissa blogialustoissa kokonaisen päivityksen voi myös poistaa myöhemmin.

Blogikirjoituksen vuorovaikutteisuus toteutuu erityisesti 'verkkokeskustelussa', eli blogikirjoituksen kommentissa. Jokainen blogikirjoitus onkin ikään kuin "minikeskustelualusta" (Laaksonen & Matikainen 2013, 197).

'Journalismikritiikki' on mediakritiikkiä suppeampi käsite, jossa kritiikki kohdistuu nimenomaan journalismiin; uutisiin, toimittajiin, mediataloihin tai journalismiin instituutiona (Kuutti 2012, 116). Journalismikritiikkiä voi olla yhtä hyvin spontaanit palauteryöpsähdykset, kuten "kylläpä oli huonosti tehty juttu" kuin analyttiset erittelyt jonkin jutun taustalla olleesta journalistisesta prosessista. Olennaista on, että arviointi eli kritiikki koskee juttua itseään, ei pelkästään sen kohteena olevaa asiaa tai ilmiötä. Esimerkiksi kuvitteellinen blogipäivityksen aloitus: "Luin tänään Hesarista jutun vanhainkotien rappiosta. Kyllä tulin vihaiseksi. Milloin tässä maassa ymmärretään vanhusten arvo?" ei ole journalismikritiikkiä, vaan yhteiskuntakritiikkiä, eikä näin ollen kuulu tämän tutkimuksen aiheeseen.

3.2 Blogiaineiston viisi tasoa

Tämän tutkimuksen blogiaineisto on viisitasonen. Ensimmäisen tason muodostaa se blogien perusjoukko (luku 3.2.1), joiden joukosta sopivien journalismikriittisten blogien otosta etsittiin. Tämä blogiotos muodostuu 51 journalismikriittisestä blogista (luku 3.2.2). Varsinainen aineisto koostuu näistä blogeista kerätystä 141 blogikirjoituksesta, jotka jaettiin 220:een analyysiyksikköön koodausta varten (luku 3.2.3). Aineiston neljännen tason muodostaa se blogikirjoitusten sisältämä *journalismikritiikki*, joka on koottu määrällisen sisällönanalyysin avulla (luku 3.2.4). Aineiston viidennen ja viimeisen tason muodostavat ne kommentit, joita blogikirjoitukset herättivät blogin lukijoiden keskuudessa (ks. luku 3.2.5). Seuraavissa alaluvuissa kuvailen aineiston eri

tasoja yleisesti. Sisällönanalyysin varsinaisia tuloksia käsittelen luvussa 4.

3.2.1 Ensimmäinen taso: aineiston rajaaminen

Tutkimusaineiston kerääminen tapahtui kahdessa vaiheessa. Ensin käytiin läpi Suomen kattavimman blogilistauksen, Blogilista.fi:n kaikki blogit, jotka lista antoi hakusanoilla ”mediakritiikki” ja/tai ”journalismikritiikki” ja/tai ”journalismi”. Näitä blogeja kertyi reilu 200. Kyseiset asiasanat olivat blogien tageja eli blogeihin liitettyjä asiasanoja, eivätkä ne siis kuvaa blogin tosiasiallista sisältöä. Tämä näkyy aineistossa; vain noin puolet hakutuloksena saaduista blogeista itse asiassa sisälsi media- tai journalismikritiikkiä. Aineistonkeruun toisessa vaiheessa mediakriittisiä blogeja etsittiin Google-hakupalvelusta hakusanoilla ”mediakritiikki” ja ”journalismikritiikki”. Kun aineistoon sopivia blogeja löytyi, uusia mahdollisia blogeja etsittiin käyttämällä bloggaajan itsensä laatimia ”seuraan näitä” -blogilistauksia. Lisäksi journalismikriittisiä blogeja etsittiin Facebookissa. Yhteensä aineistonkeruuvaiheessa käytiin läpi noin 250 blogia.

Tätä blogiaineiston perusjoukkoa voi luonnehtia hyvin heterogeeniseksi joukoksi. Ensinnäkin joukosta puolet on niitä, jotka eivät sisällä journalismikritiikkiä ollenkaan. Jäljelle jääneessä puolikkaassa mukana on sekä aktiivisia, asiaansa perehtyneitä ja -omistautuneita blogeja, joiden kirjoittajat usein työskentelevät tai opiskelevat media-alalla, että päiväkirjamaisia blogeja, joissa journalismikritiikki ponnahtaa esiin satunnaisesti kirjoittajan omaan arkielämään liittyvien tapausten kautta.

Aktiivisten blogien lisäksi joukossa on paljon jo vuosia sitten hiljentyneitä blogeja. On selvästi nähtävissä, että suomalaisen bloggausinnostuksen ensimmäinen aalto alkoi 2000-luvun alussa ja päättyi vuosikymmenen loppupuolella. Nämä blogit tunnistaa päivitysten päättymisen lisäksi visuaalisuuden ilmeen yksinkertaisuudesta ja kuvien puuttumisesta. Uudemman aallon blogit (2010–) taas ovat graafisesti taidokkaammin koodattuja ja ne sisältävät usein paljon kuvia, linkkejä ja viittauksia muualle

blogosfääriin. Uudempienkin blogien kohdalla on nähtävissä, että tyypillisen blogin linkaari on vain muutama vuosi. Usea aktiivinen ja hyvä blogi alkaa jossain vaiheessa hiljentyä, ja monesti bloggaaja hakee uutta kirjoitusintoa perustamalla uuden blogin uudelle alustalle, ehkä hiukan uudistetulla aihevalikoimalla. Aineiston perusjoukossa on useita esimerkkejä tällaisista blogisiirtymistä.

Varsinaiseen aineistoon tuleville blogeille asetettiin muutamia reunaehtoja. Ensinnäkin niiden oli sisällettävä journalismikritiikkiä. Toiseksi aineistoon valittiin vain blogit, joita on päivitetty vuoden 2013 aikana. Kolmas rajausta koski kansalaisjournalistisia uutisblogeja. Vaikka ne voidaan laskea osaksi blogien journalismikritiikkiä (Cooper 2006; Gillmor 2004, Heinonen & Domingo 2009), ne operoivat niin eri tasolla kuin ”vahtiblogit”, että niiden käsittely samassa tutkimuksessa olisi ollut vaikeaa. Neljäs rajausta koski online-sanomalehtien toimittajablogeja. Tämä rajausta tehtiin siksi, että työkseen blogeja päivittävät toimittajat kirjoittavat yllättävän harvoin journalismikritiikkiä. Itse asiassa journalismista kirjoitettiin journalistien omissa blogeissa äärimmäisen vähän. Useimmiten toimittajat ruotivat blogipalstoilla ajatuksia, joita heillä on noussut mieleen juttuja tehdessä, ja jotka eivät mahdu varsinaiseen (uutis)juttuun. Vaihtoehtoisesti kirjoitukset muilla tavoin avaavat jutunteon kohteena olevia asioita. Toisten journalistien – saati omien tuotosten – kritiikki ei selvästikään kuulu toimittaja-bloggaajien repertuaariin.

Edellä kuvaillusta rajauksesta poikkeus ovat Uuden Suomen blogit. Uusi Suomi on internetissä toimiva uutislehti, jolla on oma toimitus, mutta sen suosittu blogiosastot (Puheenvuoro ja Vapaavuoro) ovat kaikille kirjoittajille vapaita. Uuden Suomen bloggaajat ovatkin valtaosin muita kuin ammattijournalisteja. Tämän takia (ja myös sen takia, että uusisuomi.fi -sivusto on niin merkittävä tekijä blogosfäärissä) aineistoon on otettu mukaan useita Uuden Suomen blogeja.

3.2.2 Toinen taso: journalismikriittiset blogit

Edellä mainituilla reunaehdoilla 250 blogin perusjoukosta jäi jäljelle 51 blogin otos. Valittu otos ei ole edustava otos kaikista perusjoukon blogeista, koska reunaehdot olivat yllä mainitun kaltaiset. Sen sijaan kyseessä on ositettu otanta, jossa perusjoukko jaetaan ryhmiin tiettyjen tunnusten perusteella. Ryhmän sisällä ei enää tarvinnut etsiä uutta otantaa, vaan ryhmä on kokonaisuudessaan mukana aineistossani.

Blogiaineistossa on mukana hyvin erilaisia blogeja. Joukkoa voisi karkeasti jaotella sen mukaan, onko kirjoittaja media-alan sisä- vai ulkopuolella. Sisäpuolelta kirjoittavat bloggaajat (toimittajat, toimittajaopiskelijat, journalismintutkijat, media-alan yrittäjät, tiedottajat ja viestintäkouluttajat) artikuloivat kritiikkinsä usein ammattimaisesti, asiantuntemuksensa tuomaan auktoriteettiin nojaten. Tätä joukkoa havainnollistaa esimerkiksi Mediaseuraajan kuvaus blogistaan Blogilista.fi -sivustolla:

Raskassoutuista, akateemisesti värittynyttä analyysia journalismista ja medioituneesta politiikasta. [Mediaseuraaja]

Tai journalisminopiskelija-bloggaajan vastaava kuvaus:

Kun verkkomaailma ihmetyttää ja kummastuttaa. Siinä samassa on hyvä markkinoida itseään. Verkon hassunhauskoja ilmiöitä, verkkojournalismia ja median muita tempauksia pohtiva blogi. [Origamiverkko]

Media-alan ulkopuolelta kirjoittavat bloggaajat (median kuluttajat, vaihtoehtoisten medioiden kannattajat, poliitikot) taas analysoivat journalismia usein erilaisista ideologioista tai journalismin yhteiskunnallisista vaikutuksista käsin. Tälle bloggaajajoukolle tyypillistä on poimia uutisvirrasta juttuja, jotka heidän mielestään eivät tee oikeutta tai suorastaan vahingoittavat tiettyjä yhteiskunnan ryhmiä tai ilmiöitä, tai toisaalta juttuja, jotka osoittavat median puolueellisuutta ja ideologisia kytkentöjä. Tämän ryhmän kritiikki on usein voimakasta ja avointa; bloggaaja kertoo, mistä käsin hän juttua analysoi ja kenen joukossa seisoo. Tätä ryhmää havainnollistaa esimerkiksi

Finnsanity blogin kuvaus itsestään:

Herkän murskaava katsaus suomalaisiin harhoihin ja toiveisiin. Kohtalokas blogi aivotyötä vältteleville. Pohdintaa ja mediaskannausta aiheista, joiden piiriin kuuluu sosiologia, elokuvat, humanismi, filosofia, psykoanalyysi, draama, kapitalismi, freudilaisen ihmiskuvan tulkintamahdollisuudet, uskontotiede, uskonto/kirkko, mediakritiikki, terrorismia hyödyntävä mielikuvapolitiikka ja kapitalistinen mediaestetiikka. [Finnsanity blog]

Sekä Testivedoksen vastaava kuvaus:

Suuren pienen ihmisen ajatuksia maailman menosta. Mediakritiikkiä ja ihmisten yleisen tyhmyyden ruotimista. Avautumista ja sarkasmia. [Testivedos]

Yhteistä lähes kaikille media- tai journalismikritiikkiä sisältäville blogeille on se, että kritiikki on vain (pieni) osa blogissa käsitellyistä aiheista. Muita aiheita ovat mm. oman alan muut ilmiöt, henkilökohtaiset kuulumiset, toisten bloggaajien tai ajankohtaisten ilmiöiden kommentointi, elämän filosofiset ja eettiset kysymykset sekä yleinen yhteiskuntakritiikki. Pienessä vähemmistössä ovat blogit, joissa keskitytään nimenomaan journalismiin ja sen tuotosten arviointiin. Tällaisille journalismin valvomiseen omistautuneille ”vahtikoiran vahtikoirille” (Cooper 2006) on varsinkin anglo-amerikkalaisessa mediakulttuurissa kehittynyt oma tärkeä roolinsa, mutta Suomeen ilmiö ei näytä kovin laajalti rantautuneen.

3.2.3 Kolmas taso: blogikirjoitukset ja analyysiyksiköt

Blogiotoksen 51 blogista kerättiin varsinaiseen aineistoon yhteensä 141 blogikirjoitusta. Aineiston kerääminen tapahtui tammi–helmikuussa 2014: Aineistoon valittiin aina kolme tuoreinta journalismikriittistä kirjoitusta/blogi, kuitenkin niin, että ne eivät olleet kahta vuotta vanhempia. Näin ollen kaikki aineiston blogikirjoitukset on kirjoitettu vuosina 2012–2014.

Joistakin blogeista ei löytynyt kyseiseltä ajanjaksolta kolmea journalismikriittistä kirjoitusta, jolloin määrä jäi kahteen blogikirjoitukseen. Toisaalta joistakin blogeista poimittiin neljä kirjoitusta, jos jotakin aihetta käsiteltiin kahdessa eri päivityksessä. Tällöin samaa aihetta käsittelevät kirjoitukset yhdistettiin yhdeksi kokonaisuudeksi/tekstiksi. Joidenkin blogien kohdalla kolme kirjoitusta löytyi lyhyeltä aikaväliltä (jos blogi on omistautunut journalismikritiikille ja/tai bloggaaja päivittää ahkerasti), joissakin taas kirjoitukset sijoittuvat jopa kahden vuoden ajalle. On kuitenkin aineiston edustavuuden kannalta perusteltua valita kirjoitukset näin. Jos valintaperusteena olisi käyttänyt tiettyä aikaväliä (esimerkiksi kaikki vuoden 2013 journalismikriittiset päivitykset), ahkerimpien bloggaajien kritiikki olisi korostunut.

Blogikirjoituksista muodostunut aineisto oli paloitteltava analyysiyksiköiksi määrällistä sisällönanalyysia varten. Ilmeisin ratkaisu olisi ollut valita analyysiyksiköksi yksi blogikirjoitus. Tämä ei kuitenkaan ollut järkevää, koska toiset blogikirjoitukset ovat hyvin pitkiä (tulostettuina jopa 8 sivua), toiset vain muutaman virkkeen mittaisia. Onkin oletettavaa, että pitkistä päivityksestä löytyy enemmän journalismikritiikkiä kuin lyhyestä. Analyysiyksiköksi valittiin yhden otsikon (pääotsikko tai alaotsikko) ja sen alla olevien tekstikappaleiden kokonaisuus. Näin useimmat pitkät päivitykset jakautuivat 2–8:aan analyysiyksikköön. Tällä tavoin jaettuna blogiaineistosta muodostui 220 analyysiyksikköä.

Paloittelutapa ei ollut ongelmaton: aineistossa oli monta pitkää, asiantäyteistä kirjoitusta *ilman* väliotsikoita, jolloin yhdessä analyysiyksikössä oli paljon erilaista kritiikkiä eri asioita kohtaan. Blogikirjoitukset ovatkin kritiikin ”tiheyden” suhteen hyvin erilaisia. Siinä missä toinen bloggaaja heittää kirjoituksessaan yhden kriittisen huomion journalismin suuntaan, toinen ampuu sarjakritiikkiä kaikkea ja kaikkia kohtaan journalismissa. Toisaalta jotkut analyysiyksiköt olivat kritiikin suhteen tyhjiä. Analyysiyksiköiden koodautumista eri kritiikkiluokkiin käsitellään luvussa 3.4.2.

3.2.4 Neljäs taso: journalismikritiikin aiheet ja tahot

Blogiaineiston neljäs – ja tutkimuskysymysten kannalta tärkein – taso muodostuu siitä journalismikritiikistä, jota blogikirjoitukset sisältävät. Tutkimuskysymysten mukaisesti blogiaineistosta pyrittiin hahmottamaan, *mitä* ja *ketä* bloggaajat kritisoivat journalismissa (ks. luku 2.4).

Aineiston selailun ja lähiluvun perusteella kritiikin *aiheista, tahoista, kommenteista ja jaoista sosiaalisessa mediassa* muodostettiin luokitusrunko, joka kuvailtiin koodausohjeeseen (koodausohjeen laatimisesta luku 3.4.2, koodausohje liitteessä 1). Luokittelurunko muodostettiin siis aineistopohjaisesti, ja siihen muodostui 15 eri luokkaa kritiikin aiheille ja viisi eri luokkaa kritiikin tahoille.

Aineiston analyysia on käsitelty luvussa 3.4 ja tuloksia luvussa 4.

3.2.5 Viides taso: verkkokomentit

Tutkimusaineiston viides taso ovat ne verkkokeskustelut, jotka blogikirjoitukset herättivät. Nämä kommenttiketjut koostuivat tyypillisesti 2–3:sta palautekommentista, joita kirjoittaja jälleen itse kommentoi. Joissakin aineiston blogeissa keskustelua ei ole ollenkaan. Aineiston joukossa on kuitenkin useita pitkäksikin venyneitä keskusteluja, joiden aikana käsitellään paitsi alkuperäistä blogikirjoitusta, myös aivan muita keskustelun aikana esiin nousseita teemoja. Parhaimmillaan verkkokomentit syventävät blogikirjoituksessa käsiteltyä aihetta, antavat siihen uusia näkökulmia ja osoittavat kirjoituksen heikot kohdat. Jos kommentteista herää keskustelu (bloggaaja reagoi kommentteihin tai toisaalta kommentoijat reagoivat toisiinsa), käsiteltävä aihe syvenee entisestään.

Blogikeskustelu onkin yleensä bloggaajien toiveissa: usein siihen myös kehoitetaan ja rohkaistaan blogikirjoituksissa:

PS. Kertokaa yksi huono ominaisuus tai huono puoli uudesta Nokia Lumia 920:sta tiedättekö ainuttakaan?

PPS. Odotan innolla sitä vastalauseiden myrskyä kaikilta Nokia-vastaisilta ihmisiltä, kun tajuavat miten tyylipuhtaasti Nokia on vetänyt heidät oman mainoskampanjansa äänitorviksi. [Testivedos, 8.9.2012]

Ennen kaikkea keskustelu voi syntyä, jos sille annetaan tekniset mahdollisuudet. Näin ei kuitenkaan aina ole. Esimerkiksi tutkimusaineiston blogeissa Antti Heikkilän terveysklubi ja Scripta kommentoinnin mahdollisuutta ei ole. Keskustelun blokkaukseen voi olla useita syitä. Yksi lienee se, että kommentteja olisi odotettavissa liikaakin, erityisesti silloin, jos blogi käsittelee arkaluonteisia aiheita tai jos sen kirjoittaja on paljon julkisuudessa esiintyvä henkilö. Kommentointia voi myös estämisen sijaan rajoittaa. Näin tekee esimerkiksi Kansandemokratia Go-Go -blogi, joka vaatii kommentoijalta omaa Blogger-tunnusta. Tätä rajoitusta bloggaaja itse perustelee seuraavasti:

Se pitää provosoivat "blogivaeltelijat" loitolla, mikä on mielenrauhani kannalta ihan ehdoton asia. Tulisin vain vihaiseksi niistä netin vakioheittelijöistä, jotka eivät malta lukea asiaani kunnolla tai loppuun, saatika ajatella mitä olen kirjoittanut, vaan yleistävät ja leimaavat jonkin yleisvaikutelman perusteella ja syytävät hävyttömyyksiä tai yrittävät perustella minua kumoon. [---]
Minua ihan inhimillisesti ilahduttaa, jos tekstejäni luetaan, sekin jos asiallisesti kommentoidaan, mutta vääntämään en jaksa ruveta ollenkaan. Olen siinä huono, tulen yksinkertaisesti pahalle tuulelle, ja sen viimeisenä seurauksena alan kyllästyä koko yritykseeni harrastaa yhteiskunnallista vaikuttamista. [Kansandemokratia Go-Go, 12.4.2013]

Blogikirjoitusten kommentteille kehitettiin oman koodaustapansa, joka määrittelee kommenttiketjun pituuden sekä esitettyjen kommenttien suunnan (positiivinen/neutraali/negatiivinen) suhteessa alkuperäiseen blogikirjoitukseen.

Verkkokeskustelujen koodaamisesta kerrotaan tarkemmin luvussa 3.4.2.

Verkkokeskustelujen analyysin yhteydessä tarkastellaan lisäksi, miten kirjoitusta on jaettu sosiaalisessa mediassa eri kanavien (Facebook/Google+/Twitter/muu) kautta.

3.3 Tutkimuskysely aineiston täydentäjänä

Tämän pro gradu -tutkimuksen aineisto koostuu paitsi journalismikriittisistä blogiteksteistä, myös näiden tekstien kirjoittajille tehdystä tutkimuskyselystä. Tämä sähköinen kyselylomake pyrittiin lähettämään sähköpostitse kaikille tutkimusaineiston 51 bloggaajalle. Muutamaan heistä ei kuitenkaan saatu yhteyttä edes heidän bloginsa kautta, joten lopulta kysely lähti 46:lle bloggaajalle.

Tämä tutkimuskysely koostuu kolmesta eri osasta, jotka kartoittavat bloggaamisen eri puolia. Kyselyn ensimmäisessä osassa kerätään tietoja blogista: sen iästä, lukijoista ja päivitystiheydestä. Toisessa osassa käsitellään journalismikritiikkiä. Bloggaajilta kysytään, miksi he harrastavat journalismikritiikkiä, mistä he löytävät aiheet kirjoituksilleen, missä suomalainen journalismi parhaiten onnistuu ja pahiten epäonnistuu, kuinka todenmukaisena/paikkansapitävänä he pitävät journalismia yleensä, paljonko he luottavat toisaalta tiettyihin uutisorganisaatioihin ja toisaalta journalismiin yleensä, mitkä asiat haavoittavat ihmisten luottamusta journalismiin ja miten nykyisenkaltaista journalismia pitäisi parantaa. Tutkimuskyselyn kolmas osa kerää muutaman perustiedon bloggaajista itsestään: heidän iästään, sukupuolestaan, koulutuksestaan ja ammatistaan. (Ks. liite 2)

Kysymysten laatimista ohjasivat tutkimusongelma ja -kysymykset. Kyselyn on tarkoitus vastata kahteen tutkimuskysymykseen. Ensinnäkin kysymyksiin ”ketkä journalismikriittisiä blogeja kirjoittavat” ja ”kuinka paljon blogeilla on lukijoita?” ja toiseksi kysymykseen ”miten bloggaajat arvioivat journalismin todenmukaisuutta ja luotettavuutta”. Lisäksi tutkimuskyselyn tuottamien tulosten toivotaan tukevan blogikirjoituksille tehtävän sisällönanalyysin tuloksia. Kun bloggaajien journalismikritiikkiä tarkastellaan toisaalta heidän kirjoitustensa, toisaalta tutkimuskyselyn kautta, hahmottuu kritiikistä kokonaisempi kuva kuin kumpaakaan metodia yksistään käyttäen.

3.4 Aineiston analyysi

Opinnäytetyö noudattaa monimenetelmällistä tutkimustapaa. Tämä on perusteltua siksi, että tutkimusaineisto koostuu kahdesta osasta: blogikirjoituksista ja tutkimuskyselystä. Molemmat aineistot tarvitsevat oman lähestymistapansa: blogiaineistoa analysoidaan kvantitatiivisen sisällönanalyysin avulla ja tutkimuskyselyä numeerisesti teemoitellen. Tutkimuksen johtopäätökset kokoan molempien tutkimusmetodien pohjalta.

Tämän tutkimuksen lähestymistapa on induktiivinen eli aineistolähtöinen. Tutkimuksen tarkoitus on kuvata ilmiötä, eli antaa yleistettävissä oleva kuva journalismikritiikistä suomalaisessa blogosfäärissä. Seuraavissa alaluvuissa kuvaillaan analyysitapaa ja analyysin etenemistä, ensin blogiaineiston osalta (luvut 3.4.1, 3.4.2 ja 3.4.3), sitten tutkimuskyselyn osalta (luku 3.5)

3.4.1 Määrällinen sisällönanalyysi

Sisällön erittely eli sisällönanalyysi on joukkoviestinnätutkimuksessa keskeinen tutkimusmenetelmä (Neuendorf 2002, 1). Sisällön erittelyn tai sisällönanalyysin menetelmää voidaan käyttää sekä suureen otokseen perustuvana määrällisenä tai pieneen otokseen perustuvana laadullisena tutkimustapana (Hakala & Vesa 2013, 216). Tässä tutkimuksessa sisällönanalyysia tehdään määrällisesti. Bernard Berelsonin (1952, 14) sanoin sisällön erittely on ”viestinnän ilmissisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua varten sopiva tutkimustekniikka”. Tutkimuksen kohteena on se, mitä media esittää, miten se kuvaa maailmaa ja millaisia asenteita se välittää (Hakala & Vesa 2013, 216).

Viestintä ilmenee ”teksteinä”, joka tarkoittaa sisällön analyysin kontekstissa lähes mitä tahansa kulttuurin tuotetta, kuten kuvia, ääniä, nettisivuja, tapahtumia, ja jopa merkityksellistä numerodataa (Krippendorff 2004, 345). Journalistisessa yhteydessä

teksti on usein uutinen tai muu (lehti)juttu, TV- tai radio-ohjelma tai vaikkapa mainos.

Sisällönanalyysin tavoite on kuvailla aineiston ilmisisältöä ja tuoda olennainen esiin (Hakala & Vesa 2013, 218). Ilmisisältö taas tarkoittaa tekstin kirjaimellista, yksitulkintaista merkitystä. Rivien taakse tai väliin piilotettu sisältö ei yleensä ole sisällönanalyysin kohteena (Berger 2011, 211), tosin myös tällaista syvälle menevää sisällönanalyysia on tehty viestinnän tutkimuksessa paljon. Tärkeintä on, että eriteltiin teksteistä sitten ilmisisältöä tai piilotettua sisältöä, täytyy käytettyjen muuttujien olla ilmeisiä (Neuendorf 2002, 24).

Määrällisessä sisällönanalyysissä tutkimustehtävänä on tarkastella tekstien sisältöä ilmiönä sinänsä (Pietilä, 1976, 31). Määrällinen sisällönanalyysi kertoo siis, mitä tekstissä on, mutta ei esimerkiksi sitä, miten teksti vaikuttaa lukijaan (Berger 2011, 206). Pietilän mukaan (1976, 22–24) tekstit sisältävät kuitenkin kahdenlaista tietoa: välitöntä tietoa itsestään ja välillistä tietoa kuvailemastaan ilmiöstä. Näin ollen määrällistä sisällönanalyysia voidaan Pietilän mukaan käyttää kahdella tavalla; selittämään tekstejä sellaisenaan tai keräämään tekstien avulla tietoa muista ilmiöistä.

Tässä tutkimuksessa pyritään selvittämään sekä blogien journalismikritiikkiä sinänsä että bloggaajien ajatuksia journalismin tilasta ja tulevaisuudesta. Määrällisellä sisällönanalyysillä on siis tutkimuksessa kaksi tehtävää: kuvata blogien journalismikritiikkiä ja antaa tietoa myös tekstien lähteistä eli bloggaajista. Jälkimmäisessä tukena on bloggaajille lähetettävä tutkimuskysely.

Sisällönanalyysin prosessia voi lähestyä useista eri tulokulmista. Tekstilähtöisessä sisällönanalyysissä tutkijan mielenkiinto herää sopivien tekstien löytyessä, ja tutkimuskysymykset muotoutuvat teksteihin tutustuttaessa. Metodilähtöisessä sisällönanalyysissä tutkija haluaa lähestyä aiemmin eri metodeilla tutkittua ongelmaa sisällönanalyysin avulla. (Krippendorff 2004, 340)

Tämä tutkimus on kuitenkin ongelmalähtöinen. Analyysia motivoi kiinnostus tiettyyn

ilmiöön – bloggaajien journalismikritiikkiin – ja tutkimuskysymykset määrittyvät sen mukaan. Valitun aineiston ja metodin uskotaan vastaavan tutkimuskysymyksiin (ks. Krippendorff 2004, 342–343). Teoreettis-metodologiselta taustaltaan määrällinen sisällönanalyysi edustaa positivismia ja tutkimusotteeltaan empirismia (Hakala & Vesa 2013, 219).

Määrällisen sisällönanalyysin tuottama tieto on syvempää, jos sen rinnalle tuodaan joko historiallista tai vertailevaa perspektiiviä (Berger 2011, 209). Yksittäinen, täsmällinenkään tieto ei kerro paljoa, jos lukija ei osaa suhteuttaa sitä mihinkään. Tässä tutkimuksessa määrällisen sisällönanalyysin tuloksia verrataan sekä yleisön journalismikritiikkiin yleensä että aiempaan journalismintutkimukseen (Luvut 4 ja 5).

3.4.2 Koodausohje ja koodaaminen

Määrällisessä sisällönanalyysissä aineiston ilmisisältöä kuvaillaan käymällä aineisto järjestelmällisesti läpi ja jäsentämällä sen sisältö sellaisiin luokkiin, että joku toinen tutkija voi toistaa tutkimuksen samalla luokittelurungolla (Hakala & Vesa 2013, 218). Sisällönanalyysia varten aineisto on ensin paloitteltava analyysiyksiköiksi. Tässä tutkimuksessa analyysiyksiköksi valittiin yhden otsikon (pääotsikko tai alaotsikko) ja sen alla olevien tekstikappaleiden kokonaisuus.

Analyysiyksiköiden luokittelua varten muodostettiin koodausohje, jonka voi tehdä joko aineistopohjaisesti (induktiivisesti) tai aineiston ulkopuolelta, esimerkiksi aiemmasta tutkimuksesta nousevien kriteereiden perusteella (deduktiivisesti). Tässä tutkimuksessa luokittelu on aineistopohjainen: tutkimusaineiston selailun ja lähiluvun perusteella muodostettiin esitetyille kritiikille luokkia, jotka näyttivät toistuvan aineistossa pitkin matkaa. Jotkut sisältöluokat syntyivät helposti ja itsestään selvästi: esimerkiksi luokka ”Asiavirheet” kuului näihin. Toisaalta jotkut ilmeisiltä näyttäneet luokat jäivät analyysin edetessä tyhjiksi tai lähes tyhjiksi (esimerkiksi ”Oikaisun puuttuminen/riittämättömyys”). Jotkut alussa luodut sisältöluokat osoittautuivat

analyysin edetessä liian laveiksi: näin kävi esimerkiksi luokalle

”Puolueellisuus/harhaanjohtava tieto”, jonka puitteisiin mahtuva kritiikki oli jaettava lopulta kolmeen eri luokkaan. Myös ”Muu”-kategoria paisui liian suureksi, jolloin siitä muodostui kolme uutta sisältöluokkaa.

Kategorioiden tai luokkien määrittelyssä tärkeintä – ja vaikeinta – onkin, että luokat ovat toisensa pois sulkevia ja selkeitä (Berger 2011, 210). Luokkien päällekkäisyys tulee ongelmaksi esimerkiksi luokassa ”Katteettomat/harhaanjohtavat/huonot otsikot”: Kun bloggaaja kritisoi esimerkiksi jonkin jutun ”katso kuvat” -tyyppistä otsikointia, hän yleensä samassa yhteydessä arvostelee juttua sensaatiohakuiseksi kohujournalismiksi. Otsikoiden kritisoiminen on kuitenkin aineistossa niin usein toistuva kritiikin laji, ettei sitä voi olla koodaamatta omaksi luokakseen. Ratkaisuna päällekkäisyysongelmaan koodausohjeen otsikkoluokkaan lisättiin maininta, jonka mukaan kritiikki ”kirjataan tähän alaluokkaan, vaikka kritiikki sisältönsä puolesta sopisi muihinkin alaluokkiin” (ks. koodausohje, liite 1). Toimittajan persoonaan kohdistuva kritiikki haluttiin koodata omaksi luokakseen, jotta saataisiin käsitys siitä, kuinka usein journalismikritiikki on luonteeltaan henkilöön menevää, mahdollisesti jopa loukkaavaa.

Loppujen lopuksi luokittelurunkoon muodostui 15 kritiikin luokkaa. Nämä ovat Asiavirheet/oikaisujen riittämättömyys; Kielivirheet/väärä sananvalinta; Huono argumentointi; Lähteiden puuttuminen/plagiointi; Journalismi jonkin tahon juoksupoikana/äänitorvena; Virheelliset asiayhteydet/tulkinnat; Puolueellisuus/asioiden tarkoituksellinen esittäminen harhaanjohtavasti; Katteettomat/harhaanjohtavat/huonot otsikot; Kritiikittömyys/toimittajan asioihin perehtymättömyys/yksipuolisuus; Media-alan rakenteet/muutokset; Viihteellinen käsittely/hömpä- ja kohujutut; Toimittajan persoona/ominaisuudet/käyttäytyminen; Journalismin negatiivisuus; Suosittele/hyvän jutun esiin nostaminen ja Muu, mikä.

Koodausohjeen laatiminen vaatii käsitteiden operationalisointia. Ei riitä, että sisältöluokat otsikonomaisesti kuvaillaan sanakirjakäsitteillä, koska ne ovat tarkoitukseen nähden liian abstrakteja ja epäselviä. Sen sijaan on selitettävä, mitä

käsitteellä tässä tutkimuksessa tarkoitetaan. (Berger 2011, 209)

Tässä tutkimuksessa kritiikkiluokat operationalisoitiin selittämällä konkreettisesti, millä perusteella minkäkinlainen kritiikki koodautuu eri luokkiin. Esimerkiksi luokka Asiavirheet/oikaisujen puutteellisuus operationalisoitiin selittämällä, mitkä piirteet tai asiat käytännössä osoittavat asia-/oikaisuvirheen: ”Jos kirjoituksessa oikaistaan jokin yksittäinen tieto tms. TAI Jos vaaditaan oikaisua tai huomautetaan, että korjauksia olisi pitänyt tehdä”. Kaikkien luokkien selitteet ovat luettavissa koodausohjeessa (liite 1).

Kritiikin aiheiden lisäksi luokittelurunkoon muotoiltiin omat alaluokat kritiikin tahoille (ts. ketä kritisoidaan). Ohjeen mukaan jokaisen kritiikinaiheen yhteyteen koodataan, keneen kritiikki kohdistuu: joko toimittajaan/jutun tekijään itseensä, hänen esimieheensä, jutun julkaisijaan/mediataloon tai toimittajakuntaan/journalismin instituutioon yleensä. Jos kritiikin tahoja ei yksilöidä, sekin koodataan omaksi alaluokakseen.

Lisäksi koodausohjeeseen kirjattiin, miten blogikirjoitusten mahdollisesti herättämä verkkokeskustelu luokitellaan: Kommentit koodautuvat sen mukaan, millaisen palautteen ne antavat suhteessa *alkuperäiseen* blogikirjoitukseen; myötäilevän, neutraalin tai negatiivisen. Myötäilevät kommentit pitävät sisällään kaikki puheenvuorot, jotka joko ovat samaa mieltä blogikirjoituksen kanssa, myötäilevät sen sisältöä tai kiittävät hyvästä kirjoituksesta. Neutraaleja ovat kaikki ne kommentit, joissa esitetään aiheeseen uusi näkökulma, täydentävä tai uusi tieto tai viitataan toiseen aiheesta tehtyyn kirjoitukseen. Negatiiviset kommentit taas sisältävät sekä ne puheenvuorot, joissa moititaan blogikirjoitusta huonoksi tai virheellisiksi, että ne, joissa esitetään eriävä/vastakkainen mielipide. Omaksi alaluokakseen koodataan bloggaajan itsensä toiminnot kommenttikentässä: jälkikirjoitukset, lisähuomiot sekä vastaukset ja muut reaktiot esitettyihin kommentteihin.

Blogeissa (ja internetissä yleensäkin) käydyille keskusteluille tyypillistä on se, että kun keskustelu kunnolla herää, se lipeää pian uuteen aiheeseen tai johonkin yksityiskohtaan,

jota ruoditaan pitkien kommenttiketjujen ajan. Koodausohjeen mukaisesti tällaisten sivuraiteille joutuneiden keskustelujen kaikki kommentit koodataan luokkaan 6b (uusi näkökulma/neutraali), vaikka keskustelussa käytettäisiinkin sinänsä tunteellisia ja painokkaita puheenvuoroja puolesta tai vastaan. Tarkoitus on tällä tavalla säilyttää analyysin kuvausvoima suhteessa *alkuperäiseen* blogikirjoitukseen. On kuitenkin huomattava, että luokka 6b (uusi näkökulma/neutraali) painottuu liikaa edellä mainitusta syystä. Toinen vaihtoehto käsitellä tällaista kerroksittaista keskustelua olisi koodata kommentit ketjuina siten, että jos kommentti ”vastaa” johonkin toiseen kommenttiin, nämä kommentit koodataan yhdessä. Näin tehtiin esimerkiksi Huhtalan ym. (2005) hyökyaalokatastrofitutkimuksessa. Tämä ei blogikontekstissa välttämättä toimi hyvin, koska blogikommentit eivät aina muodosta sellaisia selkeitä kommenttiportaita kuin verkkofoorumien keskustelut.

Analyysin viimeisessä vaiheessa koodataan kirjoitusten leviäminen sosiaalisessa mediassa omiksi luokikseen. Lähes kaikissa tutkimusaineiston blogeissa kirjoittaja on lisännyt sivuilleen mahdollisuuden jakaa kirjoitus Facebookissa, Google+ :ssa, Twitterissä, sähköpostin kautta tai muualla sosiaalisessa mediassa. Lisäksi monilla blogipalvelimilla on oma sisäinen jako-/suosittelemisjärjestelmänsä, jota bloggaajat myös usein käyttävät (esimerkiksi Uuden Suomen Suosittele-toiminto, jolla rekisteröityneet käyttäjät voivat suositella juttua toisille lukijoille).

Koodausohjeen mukaisesti kaikki tehdyt jaot/tykkäykset Facebookissa, Google+ :ssa, Twitterissä ja muualla sosiaalisessa mediassa koodataan omiksi luokikseen. Tässä koodausvaiheessa on omat vaikeutensa: kaikki jakokanavat eivät olleet tasaisesti kaikkien kirjoitusten käytössä. Toiseksi blogipalvelimilla on erilaisia käytäntöjä jakojen kirjaamisessa. Yleensä jaot näkyvät numeroina jakoikoneiden yhteydessä. Joillakin palvelimilla osa jaoista näkyy kuitenkin *kommenttiketjussa* (esimerkiksi, jos joku toinen bloggaaja on linkittänyt tekstin omaan blogiinsa). Analyysiin kirjattiin vain ne jaot, jotka olivat selvästi numeroina näkyvissä. Vaikka jakojen kirjaamisessa onkin omat ongelmansa, niiden ylös kirjaaminen on perusteltua, koska ne antavat tärkeää (vaikka viitteellistäkin) tietoa siitä, kuinka paljon blogikirjoituksia luetaan.

3.4.3 Metodologiset ongelmat – tekstien tulkinta

Blogikirjoituksen koodaaminen tiettyyn kritiikin luokkaan (ks. koodausohje, liite 1) vaatii tulkintaa (Hakala & Vesa 2013, 221). Esimerkiksi tässä tutkimuksessa jokaista yksittäistä virkettä, joka sisältää journalismikritiikkiä, ei voi koodata erikseen (kun analyysiyksikkö on valittu näin laajaksi), vaan jokaisesta analyysiyksiköstä täytyy löytää se viesti, minkä kirjoittaja loppujen lopuksi haluaa antaa: koodausohjeen mukaisesti perusajatuksena oli merkitä tekstistä muistiin jokainen esitetty kritiikki, ja valita lopuksi yksittäisistä kritiikin aiheista se, joka niistä on painokkain tai joka kuvaa parhaiten kirjoittajan pääsanomaa. Tällöin moni sinänsä relevantti kritiikin aihe jää ”pääsanoman” alle.

Esimerkiksi tällaisesta tilanteesta käy Scripta-blogin kirjoitus Hyvinkään ampumatapauksesta. Siinä kirjoittaja esittelee 16 eri asiavirhettä tai kirjoittajan mielestä huonoa argumenttia, joilla eri lehtijutuissa perustellaan aselain tiukentamisen tarvetta. Kirjoittaja väittää, että koska mediat kannattavat aselainsäädännön tiukentamista, ne sekä rukkaavat tilastotietoja että valitsevat asialleen myöntämieliset haastateltavat. Näin ollen kritiikki on asiavirheiden tai huonon argumentoinnin sijaan koodattu luokkaan ”Puolueellisuus/asioiden tarkoituksellinen esittäminen harhaanjohtavasti”.

Joskus analyysiyksiköistä on kuitenkin mahdotonta sanoa, mikä kritiikki nousee kirjoittajan johtoajatuksiksi tai pääsanomaksi; tällöin analyysiyksikkö koodataan 2–3:een eri luokkaan. Tällaisen esimerkin tarjoaa Uskontojournalismi-blogin kirjoitus ”Tarvitseeko media uskontotiedettä?” Siinä kirjoittaja toteaa näin:

Toimittajilla ei ole kykyä tunnistaa uskontoa siellä, missä sillä on merkitystä, ja toisaalta uskonnon merkitys nähdään korostuneena siellä, missä se saattaa olla melko pinnallinen. [Uskontojournalismi, 16.12.2013]

Tällainen kritiikki koodautuu luokkaan ”Virheelliset asiayhteydet/tulkinnat” (Ks. liite1).

Toisaalla bloggaaja taas kirjoittaa näin:

Toinen ääripää ovat sellaiset jutut, joissa puhutaan uskonnosta, muttei oikeastaan tiedetä itsekään, mitä sillä tarkoitetaan. Me Naiset kertoi syyskuussa ”eheytyneestä” miehestä, joka elää nykyään heteroavioliitossa. Jutussa mainitaan sivumennen, että tapahtumiin liittyi uskoontulo, muttei pohdita, minkälainen uskonnollisuus houkuttelee näin radikaaliin elämänmuutokseen. [Uskontojournalismi, 16.12.2013]

Tässä toimittaja on kirjoittajan mukaan tullut ohittaneeksi kaikkein oleellisimman tiedon jutun kannalta, eli uskon tulon. Tällainen kritiikki koodautuu luokkaan ”Kritiikittömyys/toimittajan asioihin perehtymättömyys/yksipuolisuus” (ks. liite 1). Koska kyseessä olevassa blogikirjoituksessa esitetään tasapuolisesti kritiikkiä sekä toimittajien väärintulkintoista suhteessa uskontoihin (ensimmäinen lainaus) että toimittajien ymmärtämättömyydestä uskontoasioissa (toinen lainaus), koodautuu kyseinen kirjoitus kahteen eri luokkaan. Tällainen kahtaalle koodattu havaintoyksikkö on sinänsä yleinen tapa määrällisessä sisällönanalyysissä (Hakala & Vesa 2013, 230).

Oman tulkintavaikeutensa tuo kriittisen kielenkäytön usein humoristinen/sarkastinen luonne. Vaikka määrällisen sisällönanalyysin tarkoitus on pysytellä tekstin ilmisällön analyysissä, joudutaan käytettyä ilmaisua pakostakin välillä tulkitsemaan. Hyväksi esimerkiksi sopii Päivän pannu – yön ryypänny -blogista lainattu kritiikin pätkä, jonka ilmisällössä on vähän pohtimista:

"Suomen paras Helsingin Sanomat"-kilpailussa voiton vei Helsingin Uutiset, toinen oli tamperelainen Aamulehti. Pronssia otti Turun Sanomat. Helsingin Sanomat kyllä yllättäen neljänneksi, päihittäen nipun tasaveroisia kilpailijoitaan. [Päivän pannu – yön ryypänny 20.11.2013]

Neljäs tulkintatyötä vaativa osa analyysissä oli kritiikki, joka koski journalismin harjoittamaa monitahoista ja -tulkintaista puolueellisuutta. Bloggaajat arvostelevat monin eri tavoin sitä, miten journalismi tuottaa väritynyttä, puolueellista, yksipuolista tai jonkin tahon intressejä palvelevaa tietoa (”media bias”). Toisaalta arvostellaan myös sitä, että kerrotut asiat ovat sinänsä oikein, mutta paljon olennaista tietoa on

tarkoituksellisesti jätetty kertomatta. Helpointa olisi ollut koodata kaikki nämä kritiikit luokkaan ”puolueellisuus/harhaan johtaminen”, mutta se olisi ollut tutkimuksen selittävyiden kannalta ongelmallista. Tällöin noin kolmasosa kritiikistä olisi koodautunut samaan luokkaan.

Puolueellisuutta käsittelevä kritiikki päädyttiin jakamaan kolmeen eri luokkaan. Erottelevana tekijänä toimi se, mikä oli kriitikon tulkinnan mukaan *toimittajan rooli* puolueellisessa toiminnassa. Ensinnäkin toimittaja saattoi tuottaa ”vääränlaista” tai yksipuolista journalismia tietämättömyyttään tai kritiikittömyyttään eli ikään kuin vahingossa (luokka 4i). Toisaalta toimittaja saattoi pimittää tietoa tai johtaa harhaan tarkoituksella (luokka 4g). Tai sitten kriitikko ei ottanut kantaa siihen, tapahtuiko väränlaisen tiedon levittäminen tarkoituksella vai vahingossa; oli asianlaita kuinka vain, toimittaja/journalismi instituutiona toimi jonkin kolmannen tahon äänitorvena, ts. tuotti tälle taholle mieluista tietoa (luokka 4e). Tämä toimittajan rooliin perustuva jaottelu toimi analyysissa melko hyvin, mutta vaati yhtä kaikki välillä rohkeakin tulkintaa tekstin sanomasta.

Seuraava esimerkki havainnollistaa hyvin, miten vaikea joskus on sanoa, kirjoittaako bloggaaja journalismin tarkoituksellista vai tahattomasta puolueellisuudesta. Tuottaako journalismi seuraavassa esimerkissä oman agendansa mukaista elitististä, oikeistolaista maailmankuvaa vai toimiiko journalismi tässä vain oikeistolaisen eliitin äänitorvena? Vai onko toimittajakunta kenties vain pässinä narun perässä, eikä ymmärrä kyseenalaistaa ja kritisoida vallitsevia, elitistisiä tulkintoja maailmasta (luokka ”Kritiikittömyys”)?

Esimerkissä Finnsanity blogin kirjoittaja viittaa Helsingin Sanomien juttuun, jossa käsitellään tarinoiden valtaa ja viehätystä yhteiskunnassa ja mediassa.

Lyytinen koostaa tässä ällistyttävän konservatiivisen fiktion, jossa median omistava eliitti ei ohjaile mediaa, ei säännöstele tietoa ja että massamedian aikana kansa itse loisi maailmankuvansa ilman manipulaatiota. Median nimittäessä nyt Ukrainan

mellakoivaa äärioikeistoa vapaustaistelijoina ja samalla leimatessa kiakkovieraita epäpoliittisiksi häiriköiksi media ei näin ollen käyttäisi oikeistolaisesti polarisoivaa diskurssiviekottelua ja moralisoivaa demonisointia poliittisena välineenä.

Median säännöllisiä lynkkausoperaatioita toimittaja Lyytinenkaan ei tässä esitä mediavallankäytön harhautusoperaatioina vaan vain kansan omaehtoisena verenhimoisuutena, massojen tilaustyönä.

Ilkka Kanervan tekstarikohukin esitetään verenhimoisen kansan ”lynkkausoperaationa” vaikka todellisuudessa Kanerva paheksuttiin, teiltiin ja erotettiin juuri eliitin toimesta eliitille hankalana. Kansalle Kanerva oli vain hilpeää karnevaalia, vallan inhimillistämistä kun eliitille Kanerva oli eliitin kulissiarvovaltaa uhkaava elostelija ja siksi vakavasti ”paheksuttava”. Media teki todellisuudessa kaikkensa, jotta eliitin paheksunta ja pelko eliitin itse yllpitämän epäseksuaalisen aatelistimagon menetyksestä projisoitaisiin hysteerisinä otsikkoina ja ”kansan vaatimuksena”. [Finnsanity blog, 0.1.2014]

Tutkijan tulkinnan mukaan journalismin rooli on tässä kahdenlainen: journalismi on sekä omistavan eliitin taisteluase että oma-aloitteinen ja -ehtoinen toimija, jolloin kritiikki koodautuu sekä luokkaan ”Äänitorvena toimiminen” että luokkaan ”Puolueellisuus”. Edellä kuvattu tulkintatyö on tutkimuksen toistettavuuden ja luotettavuuden kannalta helposti kyseenalaistettavissa. Analyysin luotettavuutta käsitellään lisää luvussa 6.2.

Myös blogikirjoituksista syntyneiden kommenttien koodaaminen positiiviseksi, negatiiviseksi tai neutraaleiksi vaatii tulkintaa. Useimmiten tehtävä on helppo ja tulos ilmeinen, mutta etenkin pitkien kommenttien sisään mahtuu monenlaisia viestejä: kommentoija saattaa olla toisaalta yhtä mieltä bloggaajan kanssa, mutta toisaalta esittää uudenkin näkökulman käsiteltävään asiaan. Lisäksi on huomattava, että pelkän kommenttiketjun tarkasteleminen ei anna koko kuvaa blogikirjoituksen herättämästä keskustelusta sosiaalisessa mediassa. Blogikirjoituksiahan jaetaan paljon Facebookissa ja muissa sosiaalisen median kanavissa, jolloin myös kirjoituksesta herännyt keskustelu käydään näillä foorumeilla: itse blogikirjoitukseen ei välttämättä jää mitään jälkeä

käydystä keskustelusta.

3.5 Tutkimuskysely ja sen analyysi

Tutkimuskysely on yksi käytetyimmistä ja käyttökelpoisimmista sosiaali- ja yhteiskuntatieteiden määrällisistä tutkimusmenetelmistä. Kyselyn käytettävyyttä lisäävät useat seikat: kyselyn voi laatia paperilomakkeelle, suulliseksi tai sähköiseksi, sen voi teettää joko suurella tai tarkasti rajatulla vastaajaryhmällä ja lisäksi se taipuu hyvin monenlaisten tutkimuskysymysten selvittämiseen. (Writing@CSU Guide)

Taanilan (2012, 21) mukaan kyselylomaketta rakentaessa tärkeää on pitää mielessä muutamaa kriittistä kysymystä: Miten kysymyksellä saatava tieto edesauttaa tutkimuskysymyksiin vastaamista, saako kysymyksen avulla todella tietää sen mitä haluaa ja voisiko saman tiedon saada tehokkaammin muunlaisella kysymyksellä.

Erkki Pahkisen (2012, 216–217) mukaan kysymysten ja niihin annettujen vastausten yhteyksiä säätelevät erilaiset psykologiset ja sosiaaliset lainalaisuudet, joista muodostuu kysymys/vastaus -toimintaa kuvaava malli. Mallin tärkeimmät käsitteet ovat kysymysten ymmärtäminen, tietojen mielestä palautus, vastauksen muotoilu ja lopulta vastaaminen.

Kysymysten ymmärtämistä edesauttaa johdanto, joka sopivasti taustoittaa kysyttävää tietoa (Ibid.). Tätä tutkimusta varten tehdyn tutkimuskyselyn (Liite 2) jokaiseen osioon kirjoitettiin otsikko ja lyhyt johdatus, jotka auttoivat vastaajaa ymmärtämään, mitä tietoja häneltä tässä osiossa halutaan. Kysymyksissä pyrittiin käyttämään ymmärrettävää yleiskieltä, ja jos sivistyssanoja tai muita vaikeampia käsitteitä esiintyi, ne selitettiin myös toisin sanoin. (Esimerkiksi vastausvaihtoehto ”Liiallinen subjektiivisuus” avattiin sanoilla ”asioita katsotaan vain yhdestä näkökulmasta”.)

Tutkimuskyselyssä käytettiin paljon monivalintakysymyksiä. Tämä tehtiin siitä

huolimatta, että esimerkiksi Pahkisen (2012, 218) mukaan vastauksen pakottaminen valmiiksi annettuihin vaihtoehtoihin aiheuttaa vastaajalle lisävaivaa. Kokemus on kuitenkin osoittanut, että avoimilla kysymyksillä on taipumus jäädä tyhjiksi. Valmiiden vastausvaihtoehtojen vastapainoksi käytettiin monivalintojen rinnalla paljon Muu-vaihtoehtoa, jossa vastaaja saattoi muotoilla oman vastausvaihtoehdonsa.

Ennen vastaamista haastateltava vielä usein harkitsee vastauksensa vaikutuksia ja sopivuutta (Pahkinen 2012, 219). Tässä kyselyssä paine vastata sosiaalisesti hyväksyttävästi on oletettavasti pieni, koska kysely toteutettiin sähköpostitse ilman henkilökohtaista kontaktia. Toisaalta blogeille ominainen julkisuus ja blogien nimien julkaiseminen tutkimusyhteydessä saattaa aiheuttaa vastaajille paineita puolustaa bloginsa ”kunniaa”. Esimerkiksi kiusaus ilmoittaa blogin lukijamäärät suuremmiksi kuin ne todellisuudessa ovat, on varmasti olemassa. (Tutkimuskyselyn luotettavuudesta lisää luvussa 6.3)

Tutkimuskysely pilotoitiin kolmen bloggaajan avustuksella. Pilottibloggaajat olivat journalisteja, joilla on kokemusta bloggaamisesta. Nämä henkilöt eivät kuuluneet tutkimuksen bloggaajaryhmään. Pilottibloggaajat antoivat monia tärkeitä muutosehdotuksia kyselylomakkeeseen. Mukana oli paitsi muutamia kirjoitus- tai ajatusvirheiden korjauksia, myös suurempia näkökulmakysymyksiä. Esimerkiksi kyselyn toisessa osassa olevassa journalismikritiikin määrittelyssä kritiikin käsite oli alun perin hahmotettu kokonaan negatiiviseksi, ikään kuin kritiikkiä voisi olla vain virheiden ja puutteiden analysointi. Pilotoinnin jälkeen journalismikritiikin määrittelyä muokattiin neutraaliin suuntaan:

Journalismikritiikki on arviointia ja analyysia, joka kohdistuu joko journalismiin yleisesti, tai sen tekijöihin ja tuotoksiin (esim. uutiset, kolumnit, TV- ja radio-ohjelmat jne).

Journalismikritiikki on siis suppeampi käsite kuin mediakritiikki, joka kohdistuu mediaan yleensä (esim. mainokset, elokuvat, sosiaalinen media).

Journalismikritiikki ei myöskään ole yhteiskuntakritiikkiä. Ts. siinä huomio kiinnittyy itse journalistiseen juttuun tai jutun tekijään, ei niinkään ilmiöön/asiintilaan jutun takana. [Kyselytutkimus, osa 2]

Tutkimuskyselyn vastauksia voi lähestyä määrällisesti tai laadullisesti riippuen siitä, onko kysymykset laadittu monivalinta- vai avoimeen muotoon. Monivalintakysymysten tulokset on helppo esitellä yksinkertaisin taulukoinnein tai kaavioin. Avointen kysymysten vastaukset taas ovat luonteeltaan laadullisia, jolloin niiden perusanalyysimenetelmä on sisällönanalyysi (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91).

Tässä tutkimuksessa aineiston – niin blogikirjoitusten kuin kyselytutkimuksenkin – analyysi on aineistolähtöistä. Miles ja Huberman (1994, 240) kuvaavat aineistolähtöistä laadullista analyysia kolmivaiheiseksi prosessiksi. Ensin aineisto pelkistetään, sitten ryhmitellään ja lopuksi abstrahoidaan eli ryhmistä luodaan teoreettiset käsitteet.

Edellä mainitun kuvauksen mukaisesti on käsitelty myös tämän tutkimuskyselyn avoimia vastauksia, kuitenkin niin, että muodostettuja ryhmiä luonnehditaan numeerisesti: Avointen vastausten huolellisen lukemisen jälkeen vastaukset on koottu lyhyiden tiivistysten (ryhmien) listaksi (ks. liite 3). Kun bloggaajan vastaus toistaa jo olemassa olevan ryhmän sisällön, vastaus kirjataan kyseiseen ryhmään. Näin eritellen avoimista vastauksistakin kertyy numeerisia ryhmiä, jotka voidaan laittaa suuruusjärjestykseen.

Prosessi muistuttaa luokittelun metodia, jossa laadullisesta aineistosta määritellään lähiluvun perusteella luokkia: luokat muodostetaan esiin nousevien teemojen ja niitä yhdistävien tekijöiden perusteella. Tämän jälkeen aineisto voidaan jakaa luokkiin ja käsitellä niitä numeerisesti. (Almonkari 2007, 76)

Joka tapauksessa tutkimuskyselyn neljästä avoimesta kysymyksestä muodostettiin jokaisesta oma numeerinen ryhmittelynsä (Liite 3). Tutkimuskyselyn tulokset on esitelty rinnakkain blogitekstien sisällönanalyysin tulosten kanssa luvussa 4.

4 Tulokset

Edellä on kuvattu, miten tämän tutkimuksen aineisto jakaantuu kahteen osaan: blogikirjoituksiin ja tutkimuskyselyn tuloksiin. Nämä kaksi aineiston osaa vastaavat eri tutkimuskysymyksiin: blogiaineisto kertoo, mitä bloggaajat kritisoivat, miten kritiikin aiheet painottuvat, ketä/mitä tahoa kohtaan kritiikki osoitetaan ja millaista keskustelua kirjoitukset herättivät. Kyselyaineisto taas kertoo ketä bloggaajat ovat, paljonko heillä on lukijoita, miksi he harrastavat journalismikritiikkiä ja miten luotettavana ja todenmukaisena he suomalaista journalismia pitävät.

Aineiston kaksi puolta myös täydentävät ja tukevat toisiaan. Näin tapahtuu esimerkiksi silloin, kun bloggaajat kertovat tutkimuskyselyssä, missä suomalainen journalismi heidän mielestään parhaiten onnistuu ja pahiten epäonnistuu. Nämä luonnehdinnat täydentävät hyvin sitä kritiikkiä, joka heidän blogeistaan ilmenee.

Analyysin ja tutkimuskyselyn tulokset on seuraavissa alaluvuissa koottu erilaisiin visuaalisiin esityksiin, kuten taulukoihin, piirakoihin ja pylväsdiagrammeihin. Tuloksia on myös havainnollistettu monin esimerkein ja suoran lainauksin sekä blogeista että tutkimuskyselyn vastauksista. Joitakin tuloksia verrataan myös aiheesta aiempaan tehtyyn tutkimukseen. Sisällönanalyysin ja kyselytutkimuksen tuloksia on järkevää käsitellä rinnakkain, koska tulokset käsittelevät osin samoja aiheita.

4.1 Vahtikoiran vahtijat

Vahtikoiran vahtijoista eli journalismikriittisistä bloggaajista saatiin tietoa ennen kaikkea tutkimuskyselyn avulla. Tutkimusaineiston 51 bloggaajasta 36 vastasi tutkimuskyselyyn. Koska tutkimuskysely saatiin lähetettyä vain 44 bloggaajalle (7 bloggaajaa jäi kokonaan tavoittamatta), todelliseksi vastausprosentiksi muodostuu 82. Useimmat tutkimuskyselyyn vastaajat laittoivat tutkijalle sähköpostia ennen tai jälkeen

vastaamisen. Niistä ilmeni, että bloggaajat pitivät tutkimusaihetta hyvänä ja/tai mielenkiintoisena. Moni ilmaisi olevansa iloinen siitä, että hänen bloginsa on noteerattu tässä tutkimuksessa. Niistäkin bloggaajista, jotka jättivät vastaamatta kyselyyn, muutama otti yhteyttä sähköpostitse ja perusteli poisjäämisensä. Bloggaajat myös vastasivat osittain työlääseen kyselyyn perusteellisesti. Edellä kerrottu tarkoittanee, että bloggaajien mielenkiinto journalismikritiikkiä kohtaan on suurta. Toisaalta aktiivisuus voi kertoa myös siitä, että bloggaajat ovat motivoituneita harrastukseensa ja sitä kohtaan osoitettu mielenkiinto tuntuu hyvältä.

Tutkimuskyselyyn vastanneista bloggaajista miehiä on 30 ja naisia 6. Kyselyn perusteella journalismikriittisistä bloggaajista valtaosa (80%) on siis miehiä. Luku on lähes päinvastainen kuin Matikaisella (2009, 20), jonka 238 blogin aineistossa 85 prosenttia bloggaajista oli naisia ja 15 prosenttia miehiä.

Bloggaajien iät vaihtelevat 20-vuotiaasta yli 60-vuotiaaseen. Enemmistö (25) bloggaajista on kuitenkin keski-ikäisiä (35–59-vuotiaita). Bloggaajista kolmannes (11) on nuoria aikuisia (20–34-vuotiaita). Tämän tutkimuksen bloggaajat ovat siis keskimäärin hieman vanhempia kuin bloggaajat yleensä: Matikaisen tutkimuksessa (2009, 21) lähes puolet (41%) bloggaajista oli 18–29-vuotiaita (Tosin Matikaisen luku on epävarma, koska kolmasosassa aineistoa bloggaajan ikä ei selvinnyt.)

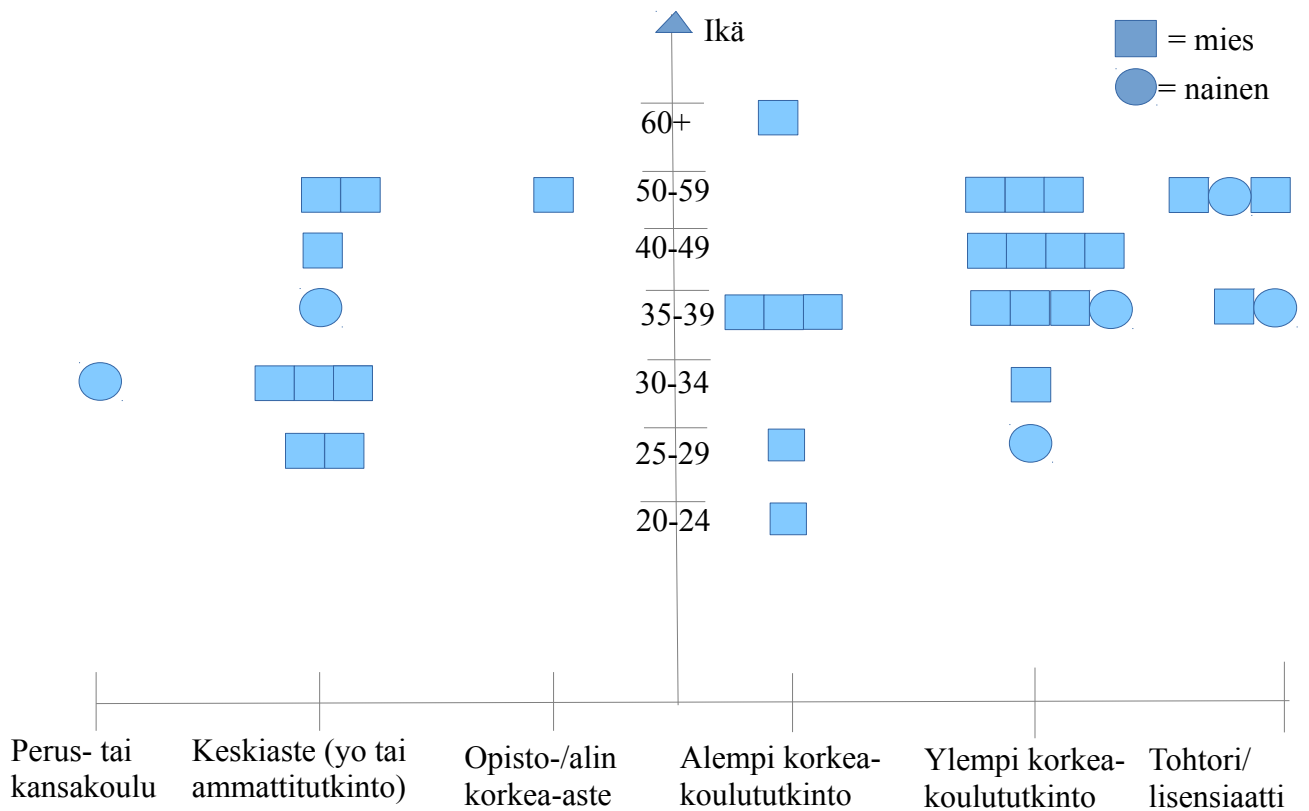
Koulutukseltaan bloggaajat ovat valtaosin (25) korkeakoulutettuja. Heistä viidennes on tutkinnoltaan tohtoreita tai lisensiaatteja. Neljännes (9) bloggaajista on käynyt keskiasteen tutkinnon (ylioppilas ja/tai ammattitutkinto), jotkut useampiakin. Koulutus ei varsinaisesti korreloi bloggaajien ikään: lähes kaikissa ikäluokissa on 1–3 vähemmän kouluttautunutta bloggaajaa. Myös korkeakoulutettuja bloggaajia löytyy kaikista ikäluokista. Koska osa bloggaajista ilmoittaa olevansa joko pää- tai sivutoimisia opiskelijoita, voinee päätellä, että journalismikriittinen bloggaaminen on korkeasti koulutettujen ihmisten harrastus.

Ammatiltaan bloggaajat ovat kuitenkin hyvin kirjavaa joukkoa: mukana on mm.

valokuvaajia, yrittäjiä, viestintäkonsultteja, tutkijoita, kirjailijoita, kelloseppä, kansanedustaja, opettaja, freelance-toimittaja, puhetaidon kouluttaja, insinööri, ohjelmistosuunnittelija ja -kehittäjä ja graafinen suunnittelija. Sivutoimisesti jotkut bloggaajat ilmoittavat joko opiskelevansa tai työskentelevänsä vapaana toimittajana, viestintäyrittäjänä, opettajana, kääntäjänä tai vapaana kirjoittajana.

Vaikka ammattien joukko on kirjava, on siinä nähtävissä kuitenkin selvä painottuminen viestinnän alalle. Useimmat bloggaajat työskentelevät kielen, kirjoittamisen ja kuvien äärellä, mikä varmasti on kytköksissä heidän kiinnostukseensa journalismiin ja siitä kirjoittamiseen. Tätä tulkintaa tukee se havainto, että vastatessaan kysymykseen, miksi harrastat journalismikritiikkiä, bloggaajista 12 mainitsee taustansa (joko entisen tai aktiivisen) toimittajana. Moni on siis lähtenyt alalta, mutta tuntee yhä mielenkiintoa journalismiin.

Alle on koottu kyselyyn vastanneiden bloggaajien perustietoja (KUVIO 1). Kuviossa jokainen pallo/neliö kuvaa yhtä bloggaajaa. Bloggaajat sijoittuvat ikänsä ja koulutusasteensa mukaan x- ja y-akseleille.



KUVIO 1: Kyselyyn vastanneet bloggaajat (36) sukupuolen, iän ja koulutusasteen mukaan.

Bloggaajien syyt kirjoittaa journalismikritiikkiä ovat moninaiset. Monet bloggaajat kertovat, etteivät koe varsinaisesti harrastavansa journalismikritiikkiä, vaan journalismikriittiset aiheet syntyvät ikään kuin vahingossa muiden aiheiden ohella. Joku ilmoittaa kirjoittavansa kaikesta, mikä ”paneer kirjoittamaan”, toinen ilmaisee kirjoittavansa ”siitä mikä on pelottavaa, outoa, vaikeaa tai tyhmää, ja silloin aiheeksi saattaa välillä valikoitua journalismi.” Jotkut bloggaajat kirjoittavat journalismikritiikkiä yleensä aiheesta, mikä kiinnostaa heitä aivan muista syistä, ja jota he seuraavat aktiivisesti (esim. urheilu, luonnontiede, lääketiede). Moni kertoo harrastavansa/kirjoittavansa yhteiskuntakritiikkiä, jolloin journalismin aiheet ovat luontevasti mukana. Eräs bloggaaja kokee journalismikritiikin olevan nimenomaan

yhteiskuntakritiikkiä:

Yhteiskunta ehdollistaa mediaa, media ehdollistaa yksittäisiä juttuja ja niiden tekijöitä, ja siksi journalismikritiikin on oltava myös yhteiskunnan ja median kritiikkiä, tai se jää pinnalliseksi. Itse harrastan journalismikritiikkiä nimenomaan tästä syystä: yksittäisen tekstin tai kirjoittajan kautta pääsee käsiksi laajempiin yhteiskunnallisiin prosesseihin. Yksittäinen esimerkki kiinnostaa lukijoita, ja yksittäistapauksen kautta on helpompi nostaa esiin esimerkiksi tiedostamattomia taustaoletuksia. [Mies, 25-29 vuotta]

Toisaalta bloggaajien joukossa on heitäkin, jotka kirjoittavat journalismikritiikkiä työkseen tai työnsä puitteissa.

Seuraan omaa alaani journalismia aktiivisesti, ja olen kiinnostunut siitä, mitä kilpailijat ja oman työpaikan kollegat tekevät. Minulle on myös luontaista ottaa kantaa: kehua tai antaa risuja, enkä pelkää tehdä sitä verkossa tai muutenkaan. [Mies, 30-34 vuotta]

Saan journalismista leipäni, enkä halua ammattini arvostuksen valuvan pohjamutiin. Journalismi on keskeinen osa yhteiskuntamme historiankirjoitusta. Parhailaan tallennamme Idols, BB ja "Katso kuvat" historiaa. [Mies, 50-59 vuotta]

Kolme bloggaajaa mainitsee, että journalismikritiikkiä tehdään Suomessa liian vähän.

Tunnen täyttäväni jonkinlaista yhteiskunnallista tyhjiötä, koska syvälle eri ilmiöihin menevää journalismikritiikkiä on Suomessa vähän. Lisäksi olen nykyisin riittävän riippumaton yksittäisistä mediataloista ja heidän lojaliteettivelvoitteistaan, joten pystyn puhumaan media-alan asioista avoimemmin ja kriittisemmin kuin vakityösuhteessa olevat toimittajakollegani. [Mies, 40-49 vuotta]

Niin ikään kolme kokee, että journalismi on niin tärkeä yhteiskunnallinen vaikuttaja, että se tarvitsee valvojaa.

Jokainen, joka käyttää valtaa, tarvitsee esiliinan. Jos journalismi on vallan vahtikoira, niin sosiaalinen media on vahtikoiran vahtikoira. [Nainen, 35-39 vuotta]

Perusmotiivi lähtee siitä, että näen journalismin demokraattisessa yhteiskunnassa niin merkityksellisenä asiana, että siihen kannattaa ottaa kantaa. [Mies, 50-59 vuotta]

Tärkein teema, jonka ympärille bloggaajien motiivit tehdä journalismikritiikkiä kietoutuvat, on journalismin laadun heikkeneminen tai pikemminkin sen kahtia jakautuminen.

Journalismin laatu on jakautunut kahtia. Yhtäällä on laadukas journalismi (kuten datajournalismi, tutkiva journalismi, laadukas lifestylejournalismi) ja toisaalla on laaduton journalismi (kopio-, klikkaus- ja kohujournalismi). Olen huolissani tästä jälkimmäisestä. Se mädättää ensiksi mainitun laatua ja uskottavuutta. [Nainen, 35-39 vuotta]

Yhdeksän bloggaajaa kertoo haluavansa toisaalta tukea kritiikillään laadukasta journalismia tai antaa eväitä sen kehittämiseksi edelleen, ja/tai toisaalta kritiikillään nostaa esiin huonon journalismin virheitä ja kestättömyyttä. Lisäksi viisi bloggaajaa haluaa antaa eväitä medialukutaidon kasvattamiseen ja/tai tuoda esiin journalismin asiavirheitä tai puolueellisia tuotoksia.

Kritiikilläni toivon tavoittavani mediapomoja sekä toimitusten esimiehiä sekä muita toimittajia ja asiasta kiinnostuneita ja tätä kautta pysäyttämään suuntausta, joka verkkojournalismia tällä hetkellä vaivaa. [Nainen, 25-29 vuotta]

Heppoinen journalismi tuottaa tarvetta heppoiselle journalismille ja heppoiselle lukutavalle, se on itse itseään ruokkiva, symbioottinen ja suljettu järjestelmä. Jos lukijoille ei tarjota haastavaa ja näkemyksellistä journalismia, ei suurin osa lukijoista osaa sitä kaivatakaan. [Mies, 40-49 vuotta]

Eräs bloggaaja tiivistää hyvin, miksi journalismikritiikkiä tarvitaan.

Asiallisen kriittisen keskustelun ylläpitäminen journalismin tekemisen tavoista ja sen taustalla piilevistä hiljaisista oletuksista on mielestäni äärimmäisen tärkeää. Näin etenkin Suomessa, jossa mediakenttä on pieni, konsensushakuinen kulttuuri vahva ja valtamedian kanavat käytännössä parin kolmen suuren toimijan hallussa. Journalismin verrattain korkea laatu tai erilaiset illuusiot journalismin objektiivisuudesta eivät ole tekosyitä, joiden varjolla journalismikritiikki voitaisiin sysätä sivuun tarpeettomana. Kun mediajulkisuutta ja sen toimijoita eivät enää ainakaan julkilausutusti hallitse esimerkiksi puoluepoliittiset ideologiat, on kritiikki erityisen tärkeää. Kentällä on valtava joukko erilaisia toimijoita, joiden tuottamaa journalismia ohjaa kirjava kokoelma taloudellisia, poliittisia ja henkilökohtaisia intressejä, olivat nämä sitten tietoisia tai tiedostamattomia. Tällaisessa ympäristössä on sekä yleisön että journalistien etu, että median sisältöjä osataan havainnoida kriittisesti [---] On kaikkien etu, että journalismin rajat tiedostetaan. Tämä mahdollistaa myös kehityksen ja laadun ylläpitämisen. [Mies, 20-24 vuotta]

Bloggaajat kertovat löytävänsä kritiikinaiheensa pääosin seuraamalla päivittäistä uutisvirtaa. Seurannassa ovat niin kotimaiset valtakunnanmediat kuin maakunnalliset ja ulkomaisetkin lehdet. Huomattavan usein journalismikritiikin aiheet löytyvät myös sosiaalisesta mediasta.

Seuraan säännöllisesti seuraavia tiedotusvälineitä: Helsingin Sanomat, Ylen uutiset, Aamulehti, The New York Times, The Washington Post sekä hieman satunnaisemmin muita tiedotusvälineitä. Journalismikritiikin aiheet nousevat tästä normaalista uutisvirrasta. [mies, 30-34]

Jotkut bloggaajat mainitsevat, etteivät he varsinaisesti etsi kritiikin aiheita, vaan ne vain tulevat vastaan:

Ei ole mitään yksittäistä mediaa vaan löydän kaikesta, mikä tulee vastaan ja herättää ajatuksia. Lisäksi seuraan alan tutkimusta, koulutusta, lainsäädäntöä ja mm. some-

keskustelija. [mies, 40-49]

Alla olevasta taulukosta (TAULUKKO 1) näkyy, kuinka moni bloggaaja käyttää mainittuja medioita aiheiden etsimiseen/löytämiseen.

TAULUKKO 1 Mistä journalismikritiikin aiheet löytyvät

Suomalaiset online-sanomalehdet	29
Painetut sanomalehdet, TV-ohjelmat, radio-ohjelmat (= perinteinen media)	26
Sosiaalinen media (Facebook, Twitter jne.)	25
Muut blogit	16
Ulkomaiset online-sanomalehdet	16
Muut nettisivustot	6
Muut lähteet (omat huomiot ja alan sisäiset keskustelut, alan ammattimediat, keskustelufooromit, tutkimuskirjallisuus, lainsäädäntö, somekeskustelut)	4

Yht. 36 vastaajaa

Seuratuista medioista suomalaisen journalismin osuus on suurin. Sitä seurataan yhtäläisesti niin perinteisistä kuin sähköisistäkin välineistä.. Avoimissa vastauksissa bloggaajat mainitsevat nimeltä seuraamia medioita. Näissä vastauksissa useimmiten nousevat esiin Helsingin Sanomat (25), Yleisradio (18), iltapäivälehdet (12) sekä eri maakuntalehdet (yht. 20). Ulkomaisista lehdistä mainitaan useimmiten The New York Times (4) sekä The Guardian (3). Muista nettisivustoista mainitaan useasti Uusisuomi.fi ja Ampparit.com.

Heti näiden jälkeen tärkeimmäksi lähteeksi nousee sosiaalinen media. Sen osalta bloggaajat kertovat seuraavansa ainakin Facebookia, Twitteriä ja erilaisia blogeja. Tämä viittaa siihen, että journalismin tuotteita kierrätetään ahkerasti sosiaalisessa mediassa – etenkin sellaisia, jotka kutsuvat journalismikritiikkiin. Suuttumusta, ärtymystä tai muita tunteita herättävä (uutis)juttu on helppo nostaa vaikkapa Facebook-seinälle muutamilla kommentteilla varustettuna. Kokonaisen blogipäivityksen laatiminen jutun tiimoilta on paljon työläämpää. Sosiaalisen median tutkiminen kokonaisuutena journalismikritiikin näkökulmasta olisikin varmasti antoisaa.

4.2 Journalismikriittiset blogit ja niiden lukijat

Tutkimusaineiston 51 blogia ja 141 blogikirjoitusta ovat journalismikritiikin suhteen hyvin erilaisia. Vaihtelua äärestä laitaan esiintyy mm. blogien päivitystiheydessä, kirjoitusten pituudessa, journalismikritiikin suhteellisessa osuudessa kaikkiin kirjoituksiin nähden sekä kritiikin purevuudessa ja asiantuntevuudessa. Osa blogeista kirjoitetaan avoimesti nimellä, kasvoilla ja yhteystiedoilla varustettuna, jotkut blogeista taas ovat täysin anonyymeja – jopa kommentointimahdollisuus on saatettu jättää pois. Esimerkiksi ammattinsa ilmoittaa blogissaan reilu puolet (36) kirjoittajista. Mielenkiintoista on, että jos bloggaaja ilmoittaa ammattinsa, hän yleensä (26) toimii viestintä- tai markkinointialalla. Ilmeisesti toimittaja- tai viestintäalan tausta koetaan meriittinä tai jonkinlaisena henkisenä selkärankana journalismikritiikin tekemiselle.

Bloggaajille tehty kysely kertoo, että tutkimusaineiston blogit ovat suhteellisen pitkäikäisiä: valtaosa blogeista (26) on kyselyhetkellä kolmen tai useamman vuoden ikäisiä. Bloggeja päivitetään enimmäkseen muutaman kerran kuukaudessa, tosin päivitystiheys vaihtelee suuresti.

Blogikirjoituksia voisi kuvailla parhaiten luettelemalla muutaman otsikon, joita bloggaajat ovat journalismikritiikilleen antaneet.

- Lehdelle annettiin tutkimus – näin kävi [Ajatuskuvia]
- Mistä sinä säästäisit valtion budjetissa? [Atteismin alttarilla]
- Helsingin Sanomat talouskeskustelun portinvartijana [Ajatusjalostamo]
- Jos lehdet kertoisivat siitä, minkä otsikko lupaa [Kasper Diem]
- Copypastetoimittajien etiikasta [Maijan ilmestykset]
- Eurokriisin julkiset puhevaruudet [Mediaseuraaja]
- Hyvä toimittaja – paha viestintäkyylä [Merkintöjä mediasta]
- Sankaritoimittajan hikinen iltapuhde [Päivän pannu – yön ryypänny]
- Iltalehti tappoi Aleksi-vauvan rokotteella – Katso kuvat! [Paholaisen asianajaja]
- Pullukatyttyöstävät ja rikkinäinen radio [Mediaansekaantuja]
- Sitoutumattomuus – painomusteeseen piirretty viiva... [Reijo Liinamaa]

Akkojen piekseminen oikein urakalla ei ole päätoimittajan mielestä huono otsikko
 [Kari Kuukka]
 Aamulehden palkitun etusivun infografiikan ongelmat [Johan Alén]

Journalismikritiikin aiheet siis nousevat joko yksittäisistä (uutis)jutuista tai -aiheista, tai vaihtoehtoisesti suuremmista ja pitempikestoisista journalistisista prosesseista/juttusarjoista, joita bloggaaja kootusti käsittelee. Pituudeltaan kirjoitukset ovat yhtä vaihtelevia: lyhyimmillään päivitykset ovat muutaman virkkeen mittaisia, pisimmillään ne lähentelevät jopa kymmentä sivua printattuina. Onkin hämmästyttävää, miten suuren vaivan jotkut bloggaajat ovat nähneet kirjoitustensa eteen. Niiden kirjoittamista varten on saatettu kerätä useita (uutis)juttuja pitkältä aikaväliltä tai sitten paljon taustatietoa eri lähteistä. Tällaisten pitkän linjan analyysien tulokset ovat usein varsin vaikuttavaa ja asiantuntevaa journalismikritiikkiä:

Skeptikko väittäisi, että jälkimodernin mediaspektaakkelin turruttamat yleisöt ovat jo nähneet kaiken, eivätkä vuodot ja paljastukset [Wikileaks] itsessään riitä saattamaan valtaa pitäviä instituutioita kriisiin. Julkisuuksien pirstaloituminen, uutismedian kaupallistuminen ja viihteellistyminen, yleisöjen "tyhmentyminen", taukoamaton skandaalijournalismi ja yleinen julkisen keskustelun rappio ovat tuottaneet kulttuurisen apatian olotilan, jossa sellaiset hyveet ja käytännöt kuin informaatio, "totuus" ja kriittinen journalismi ovat menettäneet kykynsä tuottaa tilivelvollisuutta kansallisten ja taloudellisten intressiensä puitteissa operoiville valtakeskuksille.
 [Mediaseuraaja 2.3.2013]

Median ominaisuuksien mittaaminen ja siitä uutisointi ovat kenties vaikeimpia asioita elämässä. Tämä nähdään kutakuinkin joka kerta, kun tiedotusväline uutisoi tai jättää uutisoimatta itseään koskevia tutkimuksia. [---] Toimitukset taputtelevat itseään selkään, jos tulokset ovat mieluisia, ja uutisoinnissa vedetään silloin kotiinpäin niin paljon kuin sielu sietää. Epämieluisat tulokset on aina väärin mitattu ja ne halutaan vaieta kuoliaaksi. [Mediaansekaantuja 14.1.2014]

On oletettavaa, että HS ynnä muut kannustavat Long Playtä toimittajien "henkireikä", koska jälkimmäinen toteuttaa edellisten mediapoliittisia pyrkimyksiä: vaihtoehtomediat, etenkin Verkkomedia, ovat muodostamassa yllättävää uhkaa

valtamedian mielipidehegemonialle. Erityisesti sosiaalinen media levittää vaihtoehtoisia mielipiteitä tehokkaasti, ja valtamedialla on kiire – tautofonisen ilmiselvästi – valtaamaan vaihtoehtoista kenttää omien näkemystensä tuputtamiseksi ja niiden aseman vahvistamiseksi. [Kansandemokratia Go-Go, 5.4.2013]

Jotkut bloggaajat pystyvät pitkän linjan uutisseurannalla osoittamaan journalismista sellaisia kehityskulkuja, joiden olettaisi kiinnostavan sekä suurta yleisöä että journalisteja itseäänkin. Tällainen esimerkki on Ajatusjalostamo -blogin kirjoitus ”Helsingin Sanomat talouskeskustelun portinvartijana”. Hän osoittaa siinä monin lainauksin ja uutispoiminnoin, miten ”Helsingin Sanomat ryhtyi aktiivisesti puolustamaan EU:n ja Suomen talouspoliittista linjaa, ja syyttämään sen kriitikoita todellisuudesta vieraantuneiksi teoretikoiksi”. Kyseessä oli tapaus, jossa talousnobelisti Paul Krugman arvosteli komissaari Olli Rehniä EU:n kriisinhoitopolitiikasta ja tilastojen vääristelystä.

Bloggaaja kävi läpi kaikki painetut Hesarit kolmen viikon ajalta ja löysi 7 aiheesta kirjoitettua juttua. Mukana oli paitsi pääkirjoituksia, myös uutisanalyysseja ja kolumneja. Yhteistä näille jutuille on se, että Krugmanin talouspolitiikkakritiikille ei annettu juurikaan sijaa, vaan sen sijaan EU:n (ja Olli Rehnin) kriisinhoitopolitiikkaa puolustettiin, ja Rehnille itselleen annettiin paljon tilaa vastata kritiikkiin, jonka tarkkaa sisältöä HS ei nähnyt tarpeelliseksi tuoda julki. (Kritiikkiä kuvattiin yleisluontoisesti ”kiivaana keskusteluna” tai vaihtoehtoisesti se kuitataan yhdellä virkkeellä.)

Bloggaaja itse tekee seuraavan johtopäätöksen:

On ollut tiedossa, että Helsingin Sanomat on Mikael Pentikäisen vetämänä selvästi asettunut ajamaan kaikkia mahdollisia menokuureja lehden virallisena linjana. Pentikäinen on itse korostanut julkisten menojen leikkausten tärkeyttä ja verojenkorotusten vaarallisuutta johdonmukaisesti vuodesta 2010, jolloin hän aloitti päätoimittajana.

Se vähän yllätti, että Hesarin poliittinen linja on niin vahva, että se aktiivisesti

vaimentaa linjaansa kohtaan esitetyn kritiikin. En keksi tätä päästäni, koska vastaavasta – jopa sensuurista – on höpisty Hesarin suhteen viime päivinä enemmänkin. [Ajatusjalostamo 22.3.2013]

Bloggaaja osoittaa, että Helsingin Sanomien talouspoliittista linjaa vastustavat näkemykset eivät saa tilaa lehden mielipidepalstalla. Kun bloggaaja kyseli tästä epäkohdasta päätoimittaja Mikael Pentikäiseltä Twitterin kautta, päätoimittaja vastasi, että keskustelua Hesarin pääkirjoituksista sopii käydä vaikkapa HS:n kommenttipalstoilla.

Blogiympäristö antaa tällaiselle (uutis)analyysille mahdollisimman toimivan ja asiaa hyvin palvelevan alustan. Päivitykseen on helppo liittää linkkeinä kaikki uutiset ja jutut, joihin kirjoittaja viittaa, jolloin lukija voi itse käydä tarkistamassa bloggaajan esittämien johtopäätösten ja tulkintojen oikeellisuuden. Lisäksi – kuten tässäkin blogikirjoituksessa – mukaan voi liittää muualla somessa, kuten Twitterissä, käydyt keskustelut ruudunkaappauksina. Lisäksi internet antaa vielä mahdollisuuden itse tehtyjen tilastojen ja taulukkomuotoisten yhteenvetojenkin jakamiseen (tässä blogikirjoituksessa käytettiin Google Driven taulukko-ominaisuutta).

Kaiken kaikkiaan esimerkin mukainen huolella tehty (ja kaikkien tarvittavien linkkien kanssa varustettu) journalismikritiikki on juuri sitä, mitä Cooper (2006) kutsuu vahtikoiran vahtimiseksi. Ottamalla pitkäkestoisen pysäytyskuvan jostakin tietystä aiheesta se asettaa näkyviin sellaisia journalistisia kehityskulkuja, jotka nopeassa uutisvirrassa jäävät helposti huomaamatta. Parhaimmillaan kriittinen päivitys lähtee jakoon sosiaalisessa mediassa ja saa myös kritiikin kohteiden huomion kääntymään itseensä. Tutkimusaineisto osoittaa usein esimerkein, että ei ole ollenkaan tavatonta, että kritisoidun jutun toimittaja/esimies käy itse kommentoimassa juttuaan koskevaa blogikirjoitusta. Edellä esitelty blogikirjoitus sai (tosin bloggaajan toisessa, Revalvaatio-nimisessä blogissa), 725 jakoa ja 722 tykkäystä Facebookissa, 30 jakoa Twitterissä sekä 3 jakoa Google+:-ssa (tilanne 15.4.2014). Ehkäpä tällaiset lukijamäärät saavat jo valtakunnan ykkösmedianakin miettimään, pitäisikö kritiikille kallistaa korvaansa.

Kysymys blogien lukijamääristä onkin oleellinen, kun yritetään arvioida, onko bloggaajien journalismikritiikillä merkitystä journalismin kentällä. Vaikka kritiikki olisi osuvaa ja voisi antaa eväitä journalismin kehittämiseen (mikä on usean bloggaajan toive ja tavoite), sen perille meno riippuu ennen kaikkea siitä, onko kritiikillä lukijoita.

Blogien todellisten lukijamäärien selvittäminen on kuitenkin melko vaikeaa.

Tutkimuskyselyssä bloggaajat ottavat itse tämän monella tapaa esille.

Nykyään on todella vaikea arvioida aitoa lukijamäärää. Bloggeja pystyy seuraamaan joko suoraan verkkosivujen kautta tai RSS-syötteiden kautta. Logatuista sivuhiteistä todella suuri osa on pelkkää hakukoneliikennettä. Tämä pätee kaikkiin nettisivustoihin. [Mies, 30-34 vuotta]

Kuten yllä olevasta sitaatista näkee, yksi suurimmista ongelmista on todellisten ja ”koneellisten” lukijoiden erottaminen. Toiseksi blogialustat eivät useinkaan tarjoa kovin luotettavia kävijälaskureita. Yksi vaihtoehto on laittaa sivuille oma kävijälaskuri, mutta tällöin tiedossa on vain kävijämäärä koko blogihistorian ajalta, ei tietoja eri ajanjaksoilta. Kolmas epäselvyys koskee lukijamäärien vaihtelua. Yksittäiset kirjoitukset saattavat kerätä blogille kymmeniäkin tuhansia lukijoita, jonka jälkeen blogissa voi pitkään olla hyvin hiljaista (vaikka blogia päivitetäänkin). Tällöin on hankala ensinnäkin ilmoittaa päivä-, viikko- tai kuukausikohtaisia lukijamääriä (kuten tässä kyselyssä pyydettiin), saati sitten arvioida, miten blogissa esitetty kritiikki yleisellä tasolla leviää.

Kun jotain julkaisee lukijoita on ollut ensimmäisenä päivänä 200–5000 ja seuraavana päivänä yleensä noin puolet siitä. Sen jälkeen kävijämäärä hiipuu. [Mies, 25-29 vuotta]

Yksittäisten päivitysten keräämiin lukijamääriin vaikuttavat bloggaajien mukaan ainakin aihevalinnat ja kirjoituksen jakaminen muualla sosiaalisessa mediassa.

Kävijät riippuvat niin paljon siitä haluanko kirjoittaa ajankohtaisista aiheista vai en.

Tiedän että silloin tulee lukijoita – varsinkin jos on kriittinen jotain kohtaan – mutta se ei ole ainoa syy miksi kirjoitan blogiani. Syksyllä minulla oli siksi noin 80.000 kävijää/kuukausi, mutta nyt se on tippunut huomattavasti siitä. Koska olen antanut itselleni luvan kierä minua kiinnostavissa asioissa. [Mies, 35-39 vuotta]

Joko arvioimisvaikeuksista tai muusta syystä johtuen jotkut bloggaajat eivät ilmoittaneet lukijamääriään. Esimerkiksi päiväkohtaisen ja viikoittaisen lukijamäärän jätti kertomatta 6 bloggaajaa. Kuukausittaisen lukijamäärän jätti kertomatta 2 bloggaajaa. Nämä reunaehdot mielessä pitäen voi alkaa tarkastella bloggaajien ilmoittamia keskimääräisiä lukijajoukkojaan.

Yli puolet (17) bloggaajista ilmoitti heillä olevan muutamia kymmeniä lukijoita päivässä. Yli 100 päivittäistä lukijaa oli 7:llä blogilla, kun taas 5:llä blogilla oli alle 10 lukijaa päivässä. Viikoittain hajonta oli suurin piirtein vastaava: muutamia satoja lukijoita keräsi 14 blogia. Yli 1000 viikoittaista lukijaa taas oli 8:lla blogilla. Alle 100:aan viikoittaiseen lukijaan joutui tyytymään 9 blogia.

Kuukausittaisista lukijamääristä annetut arviot lienevät luotettavimpia ja käyttökelpoisimpia: 6 blogilla oli alle 100 lukijaa kuukaudessa, 12 blogilla oli 100–1000 lukijaa, 12 blogilla oli useampia tuhansia lukijoita, yksi blogi keräsi yli 10 000 lukijaa ja 3 blogia peräti yli 20 000 lukijaa kuukaudessa.

Englanninkielisiä (lähinnä yhdysvaltalaisia) blogeja tutkineen Carlin (2003) mukaan 80 prosenttia blogeista kerää alle 100 lukijaa viikossa ja vain viidennes blogeista yli 100 lukijaa viikossa. Suhde on lähes päinvastainen kuin tämän tutkimuksen blogiaineistossa. Arvailun varaan jää se, johtuuko ero suomen- ja englanninkielisen blogosfäärin eroista, journalismikritiikin suositummuudesta ”tavallisiin” blogeihin nähden, vai yksinkertaisesti siitä, että blogiyleisöä on 2010-luvulla huomattavasti enemmän jaossa kuin kymmenen vuotta sitten (Carlin tutkimus valmistui vuonna 2003).

Bloggaajat arvioivat, että blogien lukijat ovat melko tasaisesti ystäviä ja tuttavuuksia, työkavereita tai saman ammattiryhmän ihmisiä, toisia bloggaajia sekä Googlen tai muun

hakukoneen kautta tulleita. Satunnaisia netissä surffaajia blogeihin osuu hiukan harvemmin. Avoimissa vastauksissa moni bloggaaja mainitsee Facebookin ja Twitterin tehokkaana lukijoiden kerääjänä. Tässä tutkimuksessa tarkastellut blogikirjoitukset osoittavatkin, että yksittäiset kirjoitukset voivat levitä sosiaalisessa mediassa, etenkin Facebookissa, todella tehokkaasti. Aineiston suosituimmat kirjoitukset keräsivät sosiaalisessa mediassa toistatuhatta jakoa. Eräs bloggaaja toteaaakin:

En seuraa blogini lukijamäärää, mutta jaan kirjoitukseni aina Facebookin kautta ja sen välityksellä blogi leviää laajemmallekin. Parhaimillaan FB-jakojen kautta lukijoita saattaa olla kymmeniä tuhansia. [Mies, 50-59]

Journalismikritiikin vaikuttavuuden kannalta on tietysti aivan eri asia, onko yksittäisellä kritiikillä 10 vai 10 000 lukijaa. Kun lukijamäärät nousevat tuhansiin tai jopa kymmeneen tuhansiin, voi vaaratta päätellä, että journalismikritiikki kiinnostaa muitakin kuin alan ihmisiä (ammattissa olevia toimittajia on Suomessa n. 7700 (Pöyhtäri et al, 2014, 2), freelancerit mukaan luettuna n. 9500 (Journalistiliitto, 2013)).

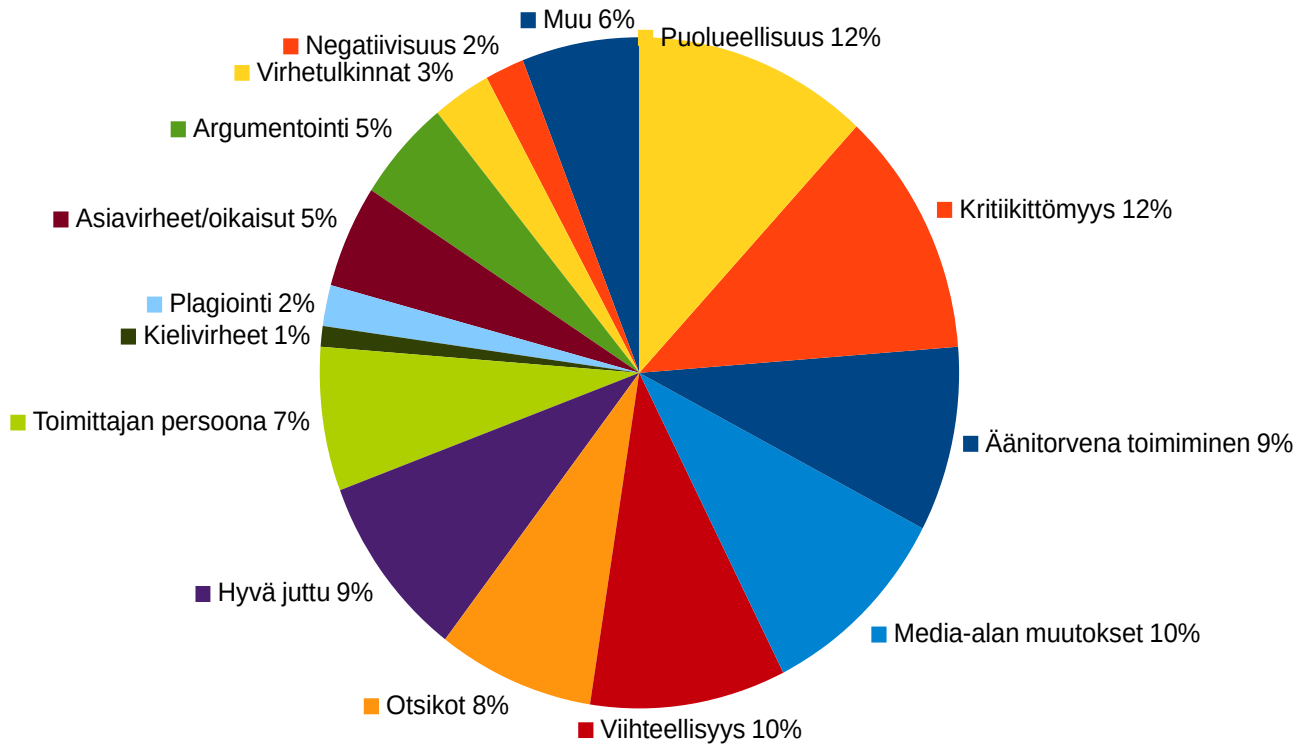
4.3. Mitä journalismissa kritisoidaan

Tämän tutkimuksen tärkeimpään tutkimuskysymykseen, mitä blogit ja bloggaajat kritisoivat journalismissa, saatiin vastaus analysoimalla ja luokittelemalla blogikirjoituksia ja tutkimuskyselyn avoimia vastauksia. Tutkimuskyselyssä pyydettiin bloggaajia pohtimaan, missä suomalainen journalismi parhaiten onnistuu ja pahiten epäonnistuu. Nämä avoimissa vastauksissa esiin nousseet kritiikin aiheet toistuvat sellaisinaan tutkimuksen blogiaineistossa. Voi siis sanoa, että bloggaajat tekevät, mitä puhuvat.

Blogiaineiston 141 blogikirjoitusten pilkkominen pää- tai alaotsikon ja sen alla olevien tekstikappaleiden kokosiin yksiköihin tuotti aineistoon yhteensä 220 analyysiyksikköä. Valtaosa (112) blogikirjoituksista oli yhden analyysiyksikön mittaisia. Analyysiyksiköistä 10 prosenttia (23) on kritiikin suhteen tyhjiä. Tällaisia tyhjiä yksiköitä ovat tyypillisesti pitkien blogikirjoitusten keskellä olevat alaotsikot kappaleineen, joissa käsitellään jotain muuta aihetta kuin journalismia. Noin 15 prosenttia analyysiyksiköistä taas sisältää kaksi tai kolme eri kritiikin aihetta. (Koodaustavasta tarkemmin luvussa 3.4.2.) Kaikkiaan 220 analyysiyksikön tutkimusaineisto koodautui 236:een kritiikkiluokkaan ja 212 kritiikin tahoon. Kritiikin aiheet jakautuivat 15 eri luokkaan seuraavan kuvion (KUVIO 2) mukaisesti:

Kritiikin aiheet

Kun 100% on kaikki aiheet (N=233)



KUVIO 2: Kritiikin aiheiden prosentuaalinen jakautuminen luokittain.

Puolueellisuus, kritiikittömyys ja äänitorvena toimiminen (yht. 33%)

Blogiaineiston suurin kritiikinaihe on journalismin puolueellisuus/asioiden tarkoituksellinen esittäminen harhaanjohtavasti (12%). Tämä luokka yhdessä luokan Kritiikittömyys/toimittajan asiaanperehtymättömyys/yksipuolisuus (12%) sekä luokan Journalismi jonkin tahon äänitorvena (9%) kanssa muodostavat kokonaisuuden, jonka sisällä bloggaajat kritisoivat journalismia harhaan johtamisesta, oleellisen tiedon

pimittämisestä, näkökulmattomuudesta, kritiikittömyydestä tai kiltteydestä suhteessa lähteisiin tai yhteiskunnan eliittiin. Tässä kritiikissä media nähdään toisaalta tahdottomana äänitorvena, joka kuuluttaa milloin minkäkin tahon viestiä, tai toisaalta aktiivisena omien (ideologisten tai poliittisten) tarkoitusperien ajajana, jota työtä tehdään esimerkiksi valitsemalla juttuihin itselle sopivat näkökulmat, haastateltavat tai faktat.

Vaikka nämä kolme luokkaa ovat sisällöltään osin päällekkäisiä, luokkien erotteleva tekijä on *toimittajan rooli* suhteessa virheelliseen toimintaan; onko se tarkoituksellista vai tahatonta (tästä tarkemmin luku 3.4.3). Näitä kritiikin lajeja kannattaa kuitenkin käsitellä kokonaisuutena, koska kaikissa on kyse *vääränlaisen tiedon tuottamisesta* (nk. media bias, esim. Cooper 2006, 297). Tieto voi olla vääränlaista usealla eri tavalla: ensinnäkin se voi olla tarkoituksellisen puolueellista, kuten seuraava bloggaaja kirjoittaa:

Itse seuraan median enemmän tai vähemmän avoimesti suoltamaa ”propagandaa” päivittäin, ja olen ryhtynyt kutsumaan sitä [*Kyösti*] Kakkosta mukaillen ”**journalistiseksi arvovalintavaikuttamiseksi**”. Siihen pätee sama sääntö kuin rahalliseen arvovalintavaikuttamiseen: Kun se on avointa ja julkilausuttua, se on OK. Kieroksi toiminta muuttuu silloin, kun vaikuttamista tehdään mukamas puolueettomuuden kuljissin takaa. Tässä suhteessa Suomen suurin ja kaunein, Helsingin Sanomat on tehnyt pääkirjoittelustaan suorastaan oikeistolaisesti painottuneen journalistisen arvovalintavaikuttamisen taiteenlajin. Tietenkään sitä itse myöntämättä.

Esimerkkejä löytyy, ellei päivittäin, ainakin viikoittain. Yksi arvovalintavaikuttamisen yleisimmistä työkaluista on mielikuvien luominen asioiden ja ilmiöiden välille. Poliittisiin vastustajiin pyritään liittämään negatiivisia mielikuvia. Hesarin tapana on jo vuosien ajan ollut esimerkiksi yhdistää ”vaalilupusten syöminen” vasemmistolaisuuteen. [Reijo Liinamaa, 15.5.2012]

Toisaalta vääränlaisen tiedon tuottamiseen voi johtaa se, ettei toimittaja ymmärrä

kyseenalaistaa ja kritisoida ilmiöiden taustoja tai hänelle tarjottuja näkökulmia ja ”faktoja”.

Monet toimittajat ottavat ns. auktoriteettien kuten Suomen viranomaisten esittämät asiat faktana ja julkaisevat niiden perusteella räikeitä asiavirheitä pursuavia juttuja.
[nainen, 30-34]

Valtavirtajournalismi ei osaa avata uusia näkökulmia poliittiseen keskusteluun vaan seuraa liian orjallisesti poliittisten instituutioiden ja puolueiden asettamaa agenda.
[mies, 35-39]

Usein on niin, että toimittajalta jää monia tärkeitä asioita ja näkökulmia kokonaan huomaamatta, kuten seuraavassa esimerkissä, jossa bloggaaja ruotii eläkeuudistuksesta tehtyä uutisointia:

Raportin lähes keskeisimmäksi sisällöksi on julkisuudessa nostettu työryhmän viesti, että vuonna 2009 tarkastellut ikätavoitteet eivät toteutuisi. Raportin johtopäätökset ja niiden taustalla olevat selvitykset näkyy otetun annettuina. Suurella julkisuudessa kukaan ei ole herännyt kysymään edes sitä, onko valittu mittari oikea. [Mitä olisi tutkittava, 9.12.2013]

Seuraavassa esimerkissä Antti Heikkilä Terveysklubin kirjoittaja suomii toimittajia kriittikittömyydestä suhteessa ”armitettuihin” asiantuntijoihin:

On todella merkillistä, ettei tässä maassa ole julkisesti kritisoitu noita [Pekka] Puskan väitteitä, joita voisi verrata kalavaleisiin. Media on velto nauta, asemansa neljäntenä valtiomahtina menettänyt ja valtaan sulautunut. Puska ja hänen joukkonsa saavat jatkuvasti tilaa mediassa ilman, että kukaan toimittajista kysyisi, mihin kaikki perustuu. Ilmeisesti näiden henkilöiden asema ja sana ’tiede’ saa toimittajalta lrahtamaan housuun. Nämä ylistyslaulut ovat todella häpeällisiä. [Antti Heikkilä: Terveysklubi, 26.12.2013]

Monet bloggaajat kokevat, että itseään kriittisinä pitävät toimittajat ovat tosi asiassa oman maailmankuvansa vankeja: he tuottavat työssään automaattisesti yhteiskunnassa

vallitsevan ”totuuden” mukaista tietoa kykenemättä kyseenalaistamaan sitä. Tutkimuskyselyssä eräs bloggaaja kirjoitti, että toimittajat kirjoittavat juttunsa sen mukaan, miten he toivovat asioiden olevan tai olettavat toimittajakunnan konsensuksen olevan.

Medialla on kerrallaan käsittelyssä yksi iso asia, ja siitäkin esitetään helposti vain yksi, muodissa oleva asetelma. Enemmän pitäisi olla piiloon jäävien teemojen ja näkökulmien etsintää ja esille tuomista. [mies, 50-59]

Ympäristöjutuissa viherretään, luomu ja lähiruoka ovat parempia, silakka ja lohi lähes tappavat syöjänsä, maatalouspolitiikkaa käsittelevissä jutuissa eläydytään toimittajan itsekin tietämien faktojen vastaisesti viljelijän maaorjan ja ryysyköyhän asemaan. Kansantaloutemme on nyt kuin yhdestä suusta kriisiytynyt ja valtiontalous romahtamassa, eläkepommi räjähtää aina vaan ja väestöräjähdyksen kuin jatkuu ja jatkuu. Venäjä on ihan melkein hyökännyt Suomeen koko II maailmansodan jälkeisen ajan. Kaikki tuo tosiseikkoja vastaamatta, mutta toimittajakunnan uskomia ja itsensä luomia yleisiä käsityksiä mukaillen. Jos joku esittää em. asioista tarkistettavissa olevan ja kiistattoman, vanhat käsitykset kumoavan faktan, se esitetään pikkujutussa tai kainalojutussa anomaliana, ei uutena tietona, jonka mukaan lukijankin olisi hyvä tarkistaa käsityksensä vallitseviin "faktoihin" nähden. [mies, 50-59]

Seuraavassa blogiesimerkissä erityisesti valtamedian toimittajat nähdään suorastaan tahdottomina toimijoina, jotka ovat kritiikittä nielaisseet vallalla olevat hegemoniset totuudet:

Me elämme kakkosesimerkin mukaisessa maassa, jonka näkyvimmissäkin mediassa toimittaja on vapaa levittämään valtavirtapropagandaa, jota hän kriittiseksi itseään luulevana mutta oikeasti kritiikittömänä yksilönä luulee neutraaliksi totuudeksi. Jokaisen, joka näkee kuinka asiat ovat, edestä valtamedian ja usein vähän pienempienkin medioiden ovet sulkeutuvat. [Kansandemokratia Go-Go, 31.1.2014]

Kolmas vääränlaisen tiedon tuottamisen tapa onkin bloggaajien mukaan sitä, että journalismi toimii jonkin tahon juoksupoikana tai äänitorvena. Tämä voi tapahtua joko

tiedostaen tai tiedostamatta. Seuraavassa esimerkissä naljaillaan sille, miten media joutuu huomaamattaan Talvivaaran taitavien viestintästrategikoiden juoksupojaksi. Kyseessä on uraanikaivoksen 1,4 miljardin litran jätevesitekojärven vuotaminen ympäröiviin luonnonvesistöihin.

Ensin esiin marssitettiin tutkimusprofessori Hannu Komulainen Terveyden ja hyvinvoinnin laitokselta. Hän on kaikesta päätellen todellinen renessanssi- ihminen. Tämän psykologian, sosiologian, kemian ja ympäristötieteiden asiantuntijan lausunto julkaistiin 100% mediapeitolla.

Hannu Komulainen määritteli suurimmaksi saastetsunamin aiheuttamaksi terveysongelmaksi henkisen ”murheen ja stressin”. Tämän hän teki ennen ensimmäistään raporttia vuodon fyysisistä vaikutuksista.

[---]

Komulainen ja Perä eivät tietenkään ole menettäneet järkeään murheen ja stressin johdosta. He vain toteuttavat Talvivaaralle työskentelevien media- asiantuntijoiden pikaisesti kokoon keittämää strategiaa. Se on sikamaisessa röyhkeydessään hyvin yksinkertainen: Jos Sinä huolestut Talvivaaran ympäristöririkoksista olet pöpi.

[Puurolautanen – reality is the original Rorschach, 15.11.2012]

Toisaalta bloggaajat väittävät, että journalismi myötäilee ja miellyttää tiettyjä yhteiskunnan tahoja tarkoituksellisesti. Oli äänitorvena toimiminen sitten tarkoituksellista tai tahatonta, tärkeää on huomata se, että journalismi instituutiona ylläpitää vallitsevia valtasuhteita, kuten seuraavassa esimerkissä todetaan:

Tarkastelemalla uutismedian omistussuhteita, organisaatiokulttuureja, toimituskäytäntöjä, päiväjärjestystä ja hallitsevia puhetapoja on monin tavoin perusteltua väittää sen toimivan poliittisen, taloudellisen ja sotilaallisen eliitin äänitorvena ja olevan instituutiona osa vallitsevien valtasuhteiden ylläpitoa.

[Mediaseuraaja, 2.3.2013]

Kenen kaikkien asioilla journalismi kriitikoiden mukaan sitten juoksee?

Journalismissa etusijalla on aina poliisin, valtion, vanhempien ja keskiluokan

näkemyks. Uudet asiat nuorisoihmiöistä politiikkaan pyritään ottamaan haltuun milloin halveksunnalla, milloin ylimielisesti selittämällä toissijaisiksi. Erityisesti ala- ja vastakulttuurien kuvaus on aina ollut onnettomalla tasolla, mutta mitä muuta voi olettaa, kun niin sanottu valtamedia on rakenteellisesti "enemmistöihmiö" eli toimii enemmän tai vähemmän kuvitteellista enemmistöä varten. Journalisteille on edelleen hyvin vaikea kohdata "toinen", esimerkiksi paperiton siirtolainen tai köyhä ihminen, tavalla, joka ei eksotisoi toista ja joka ottaa huomioon, mitä toiselle voi mediahuomiosta koitua. [mies, 25-29]

Blogiaineiston koodauksen yhteydessä kirjattiin ylös tahoja, joiden äänitorvena journalismi bloggaajien mielestä toimii. Näitä olivat ainakin markkinat ja teollisuus, vallanpitäjät ja poliitikot, ideologinen ja taloudellinen eliitti, länsimaiset hallitukset, tietovuotajat, mielensä pahoittajat, nettirasistit, ”hyvät” järjestöt, darwinistinen totuus, viranomaiset ja asiantuntijat sekä mainosnikkarit; blogikirjoitusten mukaan nämä tahot käyttävät tai saavat käyttää journalismin tuottamaa tietoa omaksi edukseen.

Kaiken kaikkiaan tämä ”vääränlaisen” tiedon kritiikki voidaan asemoida osaksi pitkäkestoista ”media bias” -keskustelua, jossa median syytetään tuottavan systemaattista vääristymää välittämänsä (medioituneen) todellisuuden ja tosiasiallisen todellisuuden välille (Cooper 2006, 297). Vääristymä koskee sekä neutraalia raportointia että tulkintoja sisältäviä uutisanalyyssejä. ”Media bias” -keskustelu on sikäli loputonta, että on mahdoton argumentoida, millainen on se vääristelemätön todellisuus, josta journalismin kuuluisi raportoida (Ibid.).

Media-alan muutokset (10%)

Edellä kuvailun puolueellisuuskritiikin jälkeen suurin yksittäinen kritiikinluokka on media-alan rakenteita ja muutoksia koskeva analyysi (10%). Tässä luokassa bloggaajat pohtivat monin tavoin sitä, mikä journalismin rakenteissa on nykyisellään pielessä ja mihin suuntaan alaa pitäisi kehittää, jotta se voisi pysyä elinvoimaisena. Tärkein yksittäinen kritiikki sekä blogiaineistossa että tutkimuskyselyssä koskee

institutionaalisen journalismin vanhankantaista ja vähättelevää suhtautumista verkkojournalismiin. Nettiaikaan herättiin kymmenen vuotta liian myöhään, siihen panostetaan liian vähän ja sen merkitystä edelleen vähätellään. Blogien ja bloggaajien mukaan journalismissa ei ole ymmärretty kaikkia verkon suomia mahdollisuuksia, ja varsinkin ”hidas verkkojournalismi” loistaa poissaolollaan. Tällaista analyysia verkkojournalismista tekee esimerkiksi Vapamedia-blogi:

Verkkomedioiden ideologian mukaan ihminen jaksaa viipyä jokaisella sivulla vain sekunteja, joten asiat tulee sanoa lyhyesti, ytimekkäästi ja selvästi. Eri mediat käyvät jatkuvasti kilpailua siitä, kuka on parhaiten ajan tasalla ja nappaa jutun ensimmäisenä. Kohderyhmiä ei ole eritelty, vaan kaikkia yritetään tavoittaa samanaikaisesti – ja koko ajan.

Koska vietämme niin ison osan ajastamme nykyisin verkossa, on sääli, jos kaikki meille suunnattu sisältö tulee pystyä sanomaan kolmessa lauseessa. Siis ennen kuin klikkaamme pois sivulta tai ennen kuin joku muu on jo ehtinyt kertomaan saman asian. Onko tämä kaikki mitä voimme verkolta odottaa ja mitä siltä haluamme?

[---]

Tietenkään reaali-ajassa toimivasta journalismista ei voida eikä tulekaan luopua, ja medioiden olennaisena tehtävänä on pitää meidät jatkuvasti selvillä maailmalla tapahtuvista asioista. Niiden tulisi kuitenkin osata antaa enemmän arvoa verkkojournalismille, joka luotaa asioita syvemmin ja tarjoaa uusia näkökulmia jo käsitellyistä asioista. [Vapamedia, 29.8.2013]

Yleisesti media-alan rakennekritiikkiä voisi kuvailla siten, että bloggaajat näkivät journalismin reagoivan hyvin jähmeästi – ellei suorastaan kieltäytynyt itsepäisesti reagoimasta – ympäröiviin yhteiskunnan ja ihmisten odotusten muutoksiin:

Kaikki saamani tieto kertoo, että mediayhtiöissä ollaan valmiita tekemään radikaaleja toimialaa kehittäviä uudistuksia. Jokin suurta osaa meistä silti pidättelee. Mikä? Itsetuhovietti? [Havaintovihko, 29.11.2012]

Jos ja kun joitain muutoksia sitten tehdään, ne tehdään liian pienillä panostuksilla, ts. muutos ei ole riittävä. Esimerkiksi Aamulehden ja Helsingin Sanomien maksumuurin taakse siirtymistä kritisoidaan siitä, että verkkotoimitukselle ei ole annettu riittävästi työvoimaa ja -aikaa, jotta se voisi todella tehdä ”maksun arvoista” verkkojournalismia. Jotkut bloggaajat taas luopuisivat painetusta journalismista kokonaan.

Mediatalojen epävarma tulevaisuuteen suuntautuminen näkyy bloggaajien mukaan myös siinä, että kustantajat eivät osaa päättää, pitäisikö niiden panostaa halpaan uutistuotantoon vai taustoittavaan laatujournalismiin. Journalismin jakautuminen kahteen tasoon; nopeaan, halpaan ja huonoon klikkijournalismiin sekä hitaaseen, taustoittavaan laatujournalismiin tuli voimakkaasti esille myös tutkimuskyselyn vastauksissa. Helsingin Sanomien tabloidmuutos oli erään bloggaajan mielestä askel oikeaan suuntaan:

Olisiko siis niin, että paperille painettu, nopeasti vanheneva sähkökäsä on siirtymässä sinne minne se kuuluukin: verkon uutisvirtaan? Muuttuuko paperi-Hesari pikkuhiljaa taustoittavaksi ja syventäväksi uutislehdeksi, jollaista moni tuntuu kaipaavan jatkuvasti päivittyvän nettiuutismaailman rinnalle? Ainakin tämän ensimmäisen numeron perusteella tabloid-koko sopii raporttityyppiselle kerronnalle aika kivasti. [Merkintöjä mediasta, 8.1.2013]

Aineistosta löytyy myös muunlaista kritiikkiä journalismin rakenteita kohtaan. Bloggaajat haluaisivat selvyyttä Ylen ja kaupallisen median suhteisiin ja toisaalta Julkisen sanan neuvoston ja lehtien omaehtoisen valvonnan suhteisiin. Jotkut arvostelevat mainonnan runsautta ja erityisesti piilomainonnan lisääntymistä. Huomiota kiinnitetään myös journalismin ja sosiaalisen median rajankäyntiin: onko toimittajan kirjoitus somessa aina journalismia, ja jos ei ole, missä raja kulkee?

Kaiken kaikkiaan näyttää selvältä, että journalismin hämmennys oman tulevaisuutensa suhteen on herättänyt bloggaajien huomion. Journalismin edessä nähdään ikään kuin olevan kaksi tietä, halvan bulkkituotannon ja laadun tie, joista toinen pitäisi valita. Molemmilla ei voi kulkea yhtä aikaa, niin kuin tällä hetkellä yritetään.

Viihteellisyys ja otsikot (yht. 18%)

Pahimmat epäonnistumiset suomalaisella journalismilla on mielestäni se, että yritellään kalastella lukijoita omalle sivulle tekemällä iltapäivälehtimäisiä juttuja. Harhaanjohtavia otsikoita, liian kevyttä sisältöä asiajutussa tai että tehdään shokkijuttuja pienistä asioista. [mies, 25-29]

Journalismin viihteellisyys – vakavien asioiden viihteellinen käsittelytapa, hömppä- ja kohujutut – keräsivät 10 % blogikirjoituksissa esitetystä kritiikistä. Bloggaajat ärsyntyvät siitä, jos uutinen tehdään ilman todellista uutisen aihetta, tai uutisen aihe tekaistaan jostakin (kohujutut) tai jos uutisen aihe on triviaali tai se ei kestä lähempää tarkastelua (hömppä- ja huuhaa-jutut). Kohua ja ”pöhinää” synnytetään arkipäiväistenkin asioiden ympärille, kuten seuraavassa esimerkissä todetaan:

Helsingin Sanomat uutisoi joulun alla, että toimituksessa on päätetty ottaa lähtökohdaksi se, että "politiikka ei ole vain peliä". Toimittajat aikovat suhtautua politiikkaan arvokkaana yhteiskunnallisena toimintana, jossa tehdään kansalaisia koskevia isoja päätöksiä.

Ilahduttavan vanhanaikaista.

[---]

Journalismi on alituisessa muutoksessa, ja siinäkin on omat muotinsa. Nyt eletään aikaa, jolloin yleisöä houkutellessa uutisten ääreen raflaavilla otsikoilla ja rakentamalla pöhinää ja kohua ihan tavallistenkin asioiden ympärille. Osa yleisöstä on jo selväsanaisesti ilmoittanut kyllästyneensä ylitsevuotavaan kohuiluun. Toivottavasti me toimittajatkin teemme pian samoja valintoja, muuten kadotamme käsityksen journalismin ytimestä. [Media terveyden lähteillä, 3.1.2014]

Oma lukunsa on iltapäivälehtien ”kohujournalismi”, jossa jokaiselle päivälle pitää löytyä oma pikku kohunsa. Jos sitä ei luonnollisesti ole tarjolla, se vaikka tehdään, väittää esimerkiksi Päivän pannu – yön ryypänny -blogi:

Järkyttävä tapahtumasarja sai alkunsa, kun joku soitti hälytyskeskukseen.

Paikalla osoittautui, että pelastustehtävä oli paljon oletettuakin vaativampi. Laitapuolen kulkija röhnötti puolen metrin korkeudella maasta olevalla ikkunatasanteella ja aiheutti runsaasti huolta, pahennusta ja sekasortoa. Kaikkensa antaen pelastuslaitos onnistui viimein selviytymään rajusta tilanteesta ja kuin ihmeen kaupalla kukaan ei loukkaantunut. Sankaritoimittajaa emme saaneet haastateltua, mutta hän selvisi jännittävästä tapahtumaketjusta ilmeisesti naarmuitta ja pelkin sydämen tykytyksin. [Päivän pannu – yön ryypänny, 11.11.2013]

Viihteellisyyskritiikin rinnalle täytyy nostaa otsikkokritiikki (8%), joka on aihepiiriltään hyvin samanlaista. Otsikoita nimittäin kritisoidaan tarkoituksellisesta kohujen nostattamisesta, harhaan johtamisesta tai katteettomuudesta: sanalla sanoen otsikoita tehtaillaan ”klikkien kalastamiseksi”. Ilmiöllä on oma nimikin, klikkijournalismi. Bloggaajien mukaan tämän lajin journalismille ominaista on juosta aina saman uutisen perässä: toisen median klikkejä houkutteleva otsikko on saatava myös oman median verkkosivuille. Tätä parodioidaan seuraavassa esimerkissä:

Koska lehdet elävät toistensa jutuista, saammeko joskus lukea otsikon: "Kannibaalilehdet ajautuivat Britanniasta Suomeen!?" [Päivän pannu – yön ryypänny, 24.1.2014]

On huomattava, että otsikkoluokka on hiukan painottunut siitä syystä, että blogiaineiston kaikki otsikkoja koskeva kritiikki koodattiin tähän luokkaan, vaikka kritiikki asiasisältönsä puolesta olisi voinut sopia muuhunkin luokkaan (tarkemmin luvussa 3.4.2). Alla oleva lainaus Sana haltuun -blogista on esimerkki tällaisesta monikerroksisesta kritiikistä. Tekstissä bloggaaja on kerännyt listauksen otsikoista, joita suomalaisessa lehdistössä muotoiltiin Paavi Franciscuksen antamasta laajasta haastattelusta. Bloggaaja osoittaa linkittämällä alkuperäiseen haastatteluun ja suomentamalla sitä lause lauseelta, että *seitsemästä* otsikosta vain *kaksi* on edes asiasisällöltään paikkansapitäviä – tyylistä puhumattakaan.

Mikä näitä uutisotsikoita yhdistää? Se, että ne vastaavat haastattelun sisältöä vain ohuesti jos eivät lainkaan.

[---]

Katolinen kirkko on sen verran keskeinen uskonnollinen toimija maailmassa, että siitä olisi suotavaa saada suomalaisillekin paikkansa pitävää tietoa. Muuten uutisten lukijoiden käsitykset pohjautuvat enemmän luuloihin, pelkoihin ja toiveisiin kuin tosiasioihin. Paavin tuoreessa haastattelussaan esittämät näkemykset ovat merkittäviä uutisaiheita ilman ylimääräistä ja harhaanjohtavaa paisutteluakin.

Toimittajien on helppo tarkistaa, pitääkö heidän otsikointinsa yhtä uutisoitavan tapahtuman kanssa. Kun otsikoita huiskitaan miten sattuu, missä lienee vika: välinpitämättömyydessä, osaamattomuudessa, tietoisessa halussa vääristellä vai - toivon mukaan – kiireessä? [Sana haltuun, 20.9.2013]

Viihteellisyys- ja otsikkokritiikki muodostavat yhdessä lähes viidenneksen (18%) blogeissa esitetystä journalismikritiikistä. Herkmanin (2005) mukaan viihteellistymisellä tai tabloidisaatiolla tarkoitetaan yleensä koko mediakentän siirtymistä sisällöltään iltapäivä- ja juorulehtien suuntaan. Usein tähän liitetään myös asia- ja viihdesisältöjen sekoittuminen toisiinsa sekä skandaalien ja juorujen korostuminen asiajournalismin kustannuksella. Pöyhtärin ym. (2014, 31) mukaan sensaatiohakuisuus liittyy medioiden lukijakilpailuun; heppoisia uutisia julkaistaan yleisön houkuttelemiseksi. Tutkijoiden mukaan myös toimittajat itse tunnistavat ilmiön: toimittajista 70% katsoo sensaatiohakuisuuden kasvaneen jonkin verran tai paljon.

Verkojournalismin riippuvaisuutta klikkauksien määrästä on pidetty tuhoisana: Kopen ja Leppäsen (2013, 132–133) mukaan klikkausten pitäminen journalismin onnistumisen mittarina johtaa lopulta siihen, että hyvää journalismia on lopulta vain rikoksista ja seksistä kertovat uutiset. Kirjoittajat osoittavat, että klikkausten määrä ei korreloi juttuun kohdistetun kokonaishuomion kanssa. Sen sijaan mitattaessa juttuun käytettyä lukuaikaa käy ilmi, että laadukkaita analyyseja luetaan ajallisesti (ja myös suhteellisesti) enemmän kuin klikkausten perusteella vaikuttaa. Käytännön uutistyydytyksessä klikkiriippuvaisuutta ei nähdä näin suurena ongelmana. Useat valtakunnallisten tiedotusvälineiden päällikötason henkilöt vakuuttivat Journalisti-lehden jutussa (Pernu 2012), että klikkien määrä ei ole tärkein osoitus uutisen hyvydestä, eikä

skuuppikilpailu mene tietojen tarkistamisen edelle. Pernun mukaan juuri samat tiedotusvälineet ovat silti joutuneet viime aikoina korjaamaan vakavia uutisankkoja.

Irene Meijer (2013) on todennut, että toimittajat ovat taipuvaisia luulemaan, että jos journalismia tehdään yleisön kiinnostuksen ja huomion ehdoilla, uutiskriteerit ja journalismin laatu välttämättä heikkenevät. Laajoissa yleisötutkimuksissa Meijer on kuitenkin havainnut, että kun etsitään yleisön *arvostamaa* journalismia, tärkeimmiksi arviointikriteereiksi nousevat osallistuminen (participation), edustus (representation) ja esiintyminen (presentation): jos nämä toteutuvat, journalismi on merkittävästi moniäänisempää ja totuudellisempää, jolloin sitä kohtaan tunnettu arvostus kasvaa (Ibid. 766).

Suomalaisten keskuudessa journalismin viihteellistyminen jakaa mielipiteitä: Median valta -kyselytutkimuksessa (2010) vastaajista 43 prosenttia oli samaa mieltä ja 32 prosenttia eri mieltä väittämästä ”uutiset ovat nykyään vähemmän asiallisia kuin ennen”. Kysymyksenasettelu ei kuitenkaan rohkaise vastaajia arvioimaan koko mediakenttää, vaan pelkästään uutisia. Jos kysymys olisi muotoiltu eri tavalla, viihteellistyminen olisi saattanut saada enemmän tukea.

Hyvä juttu (9%)

Ehkä hiukan yllättävästi suurehkoksi kritiikkiluokaksi nousee hyvän jutun esiin nostaminen tai suosittelu (9%). Aineiston blogeissa esiteltiin hyviä juttuja paitsi maininnanomaisesti, myös analyttisesti, jutun onnistumiseen johtaneita seikkoja eritellen. Esimerkiksi friikkuelämää-blogissa kirjoittaja keräsi tietyn aiheen ympäriltä kirjoitettuja, onnistuneita artikkeleita niitä hetkiä varten, kun pikajournalismiin väsynyt lukija haluaa syventyä ”hitaaseen” lukemiseen. Elias-blogin kirjoittaja taas antaa oman hitaan journalismin palkintonsa vuodelta 2012:

Unohdetaan toviksi klikin kiilto silmissä otsikoidut nett uutiset ja

kakkahädässä tehdyt käänösjutut. Hötkyilevän pikajournalismin keskellä on hyvä muistaa, että vielä on intohimoisia ja ahkeria toimittajia, jotka hanakasti tarttuvat aiheeseensa ja rutistavat siitä tyyliä kaiken irti.

Vaikka vuotta on vielä jäljellä, uskaltanen listata kolme hienointa saavutusta hitaan journalismin saralla vuonna 2012.

- 1) Talvivaara-saaga [---]
 - 2) Kesä Oslossa [---]
 - 3) Etiopia opetti [---]
- [Elias, 18.10.2012]

Tutkimuskyselyssä bloggaajilta kysyttiin, missä suomalainen journalismi parhaiten onnistuu. Näistä onnistumisista mainitaan useimmin perusuutistyö.

Päivittäisuutisointi on suhteellisen vahvaa. Erityisesti kotimaisia tapahtumia katetaan laajasti ja pääsääntöisesti useammasta näkökulmasta. [mies, 35-39]

Valtavirtajournalismi on selkeää, tajuttavaa ja usein arkista tavalla, joka ei edellytä lukijalta erityisalojen osaamista tai taustojen tuntemista perusviestin ymmärtämiseksi. [mies, 35-39]

Laajasti ajateltuna suomalainen journalismi koetaan hillittynä, asiakokeskeisenä ja objektiivisena tai ainakin siihen pyrkivänä. Pahimmilta ylilyönneiltä (verrattuna esimerkiksi Iso-Britanniaan ja Yhdysvaltoihin) säästytään.

Vaikka parantamisen varaa on, suomalainen journalismi on vielä suhteellisen avointa ja objektiivista ja onnistuu nostamaan aitoja epäkohtia esille. [nainen, 35-39]

Journalismin roolille demokratian ja kansalaisyhteiskunnan rakentamisessa annetaan tunnustusta. Journalismi sekä nostattaa kansakunnan yhteishenkeä että antaa laajan yleiskuvan siitä, mitä yhteiskunnassa (erityisesti paikallistasolla) on meneillään.

Valtavirtajournalismi rakentaa edelleen varsin vahvasti yhteistä kansallista kokemusta. [mies, 35-39]

Paikalliset ja alueelliset lehdet ovat loistavia demokratian ylläpitäjiä. Ne kertovat todella tarkkaan siitä, mitä paikallisessa politiikassa tapahtuu. [nainen, 50-59]

Erityisen laadukkaaksi kehuaan muutamaan otteeseen taustoittavia reportaaseja, joita luetaan ainakin HS:n Kuukausiliitteestä, Suomen Kuvalehdestä ja Longplaysta. Kaiken kaikkiaan journalismilta odotetaan hyviä suorituksia, ja niitä myös saadaan:

Pysyvyydessä: meillä on laadukkaiksi tunnettuja tiedotusvälineitä, jotka julkaisevat jatkuvasti odotuksenmukaisesti ja toisinaan yllättävät onnistuneesti. [mies, 35-39]

Toimittajan persoona (7%)

Vaikka journalismissa tapahtuvat virheet lankeavatkin usein koko toimittajakunnan harteille (tarkemmin luvussa 4.4), näkevät bloggaajat kuitenkin yksittäisten toimittajien persoonan oleellisena vaikuttajana journalismin kentällä. Omine, persoonallisine piirteineen varustetut toimittajat tekevät omannäköistään journalismia – hyvässä ja pahassa. Journalistiseen prosessiin vaikuttaa niin toimittajien luonne kuin heidän käyttäytymisensäkin.

Analyysin edetessä kirjattiin muistiin luonnehdintoja toimittajien persoonista ja käyttäytymisestä: Toimittajia moitittiin ylimielisiksi, elitistisiksi, kovakorvaisiksi (eivät reagoi saamaansa palautteeseen), tietämättömiksi, moraalittomiksi, möläyttelijöiksi, epäreiluiksi, herkkähipiäisiksi, asenteeltaan loukkaaviksi ja pessimistisiksi valittajiksi. Lisäksi he käyttäytyivät monella tavoin moitittavasti haastattelutilanteissa ja suhteissaan muihin ihmisiin: Toimittajat menettivät hermonsa, sallivat huumorin varjolla vääränlaisen diskurssin, käyttivät valtaa väärin, inttivät ja jyräsivät haastateltavansa, naureskelivat ja mitätöivät toisia, vähättelivät lehden/jutun aiheuttamaa vahinkoa sekä ”hutkivat ennen kuin tutkivat”.

Aina toimittajien asiaton käyttäytyminen ei ole tietoista, kuten seuraavassa esimerkissä

kirjoitetaan:

Usein toimittaja tahtomattaankin eksotisoi kohdeympäristöä hyvinvoivasta ja turvatusta näkökulmastaan. Se antaa jutulle koomisen ja vähän halveksuttavankin sävyn, niin kuin kävi tälle Hesarin huumerepparille [[linkki juttuun "Koko Oulu on täynnä subua"](#)].

[---] Juttua jaettiin ja luettiin erityisesti tämän nolon, alentavan ja kliseisen hupivaikutelman vuoksi, ei ehkä niinkään siksi, että se kertoisi kiinnostavasti huumeidenkäyttäjien arjesta. Vaikutelma syntyy siitä, että jutusta näkee, kuinka toimittaja on täynnä hyväntahtoisuutta huumeidenkäyttäjiä kohtaan ja samalla täysin heidän maailmansa yläpuolella. [Vallankumouksen hedelmiä, 2.2.2013]

Toimittajien persoonaa koskeva kritiikin osuus (7%) on analyysissa korostunut, koska kaikki toimittajan ominaisuuksiin kohdistettu kritiikki koodattiin ylös (Koodauksesta tarkemmin luvussa 3.4.2). Tarkoituksena oli näin havainnollistaa henkilöön menevää kritiikkiä, jota toimittajat verkkoaikakautena enenevässä määrin kohtaavat.

Muu (6%)

Seuraavaksi suurin kritiikkiluokka on Muu, mikä (6%). Tämä kritiikkiluokka koostuu luonnollisesti monenlaisista huomioista journalismin tilasta. Useampia huomautuksia kertyy tilanteista, joissa journalismin ammattilainen ei toimi asemansa edellyttämällä tavalla. Editori ei ymmärrä olla julkaisematta epäsoveliaista kirjallisuuskritiikkiä, päätoimittaja ei puolusta toimittajansa sananvapautta, naistenlehden päätoimittaja vastustaa avoimesti Julkisen sanan neuvostoa ja iltapäivälehtien kuvankäsittelijät/taittajat manipuloivat kuvia ilman omantunnon tuskia.

Toisaalta tässä luokassa huomioidaan useamman kerran, miten journalismi instituutiona ei joko pysty lunastamaan paikkaansa tai sitten toimii liiankin omavaltaisesti. Erään kriitikon mukaan journalismi on käsittänyt sananvapautensa liian laajaksi. Toinen kritisoi median kyvyttömyyttä synnyttää hyvää julkista keskustelua. Kolmas toteaa, että

kriittisellä journalismilla ei ole tarpeeksi valtaa vallitsevan ”media-apatian” keskellä:

Skeptikko väittäisi, että jälkimodernin mediaspektaakkelin turruttamat yleisöt ovat jo nähneet kaiken, eivätkä vuodot ja paljastukset [Wikileaks] itsessään riittä saattamaan valta pitäviä instituutioita kriisiin. Julkisuuksien pirstaloituminen, uutismedian kaupallistuminen ja viihteellistyminen, yleisöjen ”tyhmentyminen”, taukoamaton skandaalijournalismi ja yleinen julkisen keskustelun rappio ovat tuottaneet kulttuurisen apatian olotilan, jossa sellaiset hyveet ja käytännöt kuin informaatio, ”totuus” ja kriittinen journalismi ovat menettäneet kykynsä tuottaa tilivelvollisuutta kansallisten ja taloudellisten intressiensä puitteissa operoiville valtakeskuksille. [Mediaseuraaja, 2.3.2013]

Tätä mediapursua kuvaa hauskasti myös Media terveyden lähteillä -blogi:

Nykyajan media kun on niin vaativa sekoitus hömppää, uutisia, tositelevisiota, draamaa, tarinoita, pitkää ja lyhyttä journalismia, nettiuutisia, verkkokeskusteluita, pakinoita ja blogeja. Ei sellaisesta määrästä taudinaiheuttajia voi kukaan selvitä pidemmän päälle terveenä. [Media terveyden lähteillä, 28.1.2014]

Asiavirheet/oikaisut ja plagiointi (yht. 8%)

Asiavirheitä tai oikaisun tarvetta/riittämättömyyttä osoittavaa kritiikkiä kertyi aineistosta 5 prosentin verran. Tämä kritiikkiluokka olisi voinut olla suurempikin: Ensinnäkin monissa blogikirjoituksissa löydettiin jonkin yksittäisen aiheen uutisoinnista monta asiavirhettä, mutta kritiikki koodautui vain yhtenä asiavirheenä. Toisaalta asiavirhekritiikki jäi usein koodaamatta, kun jokin muu kritiikin aihe painottui kirjoituksessa enemmän (tästä tarkemmin luvussa 3.4.3). Näin ollen pienten asiavirheiden (nimet, numerot tms. väärin) sijaan tässä kritiikkiluokassa käsitelläänkin painavia journalismin epäonnistumisia ja puutteita.

Seuraava esimerkki kertoo tapauksesta, jossa bloggaaja löysi Taloussanomien

ulkomaisesta tiedeuutisesta käännetystä jutusta useita merkittäviä asiavirheitä.

Ajatuskuvia -blogistin kirjoitettua aiheesta blogissaan Taloussanomien tarttui vinkkiin ja alkoi korjata artikkeliaan. Ensin korjaukset tehtiin kaikessa hiljaisuudessa muuttamalla alkuperäistä artikkelia. Myöhemmin artikkelista julkaistiin kokonaan uusi versio, mikä on JSN:n ohjeistuksen mukainen toimintatapa. Alun perin virheet huomannut bloggaaja huomauttaakin:

Talouselämän jutussa on useita virheitä, joten journalistin ohjeiden mukaan toimituksen tulee julkaista uusi juttu. Virheet pitää yksilöidä ja korjata. Yleisölle pitää selvittää, mikä virhe on sekä miten ja milloin se on korjattu. Hiljainen editointi ei näitä vaatimuksia täytä.

Uskokaa nyt, hyvät journalistit: verkossa on tilaa. Juttujen muokkaaminen jälkikäteen ei paranna uskottavuutta vaan murentaa sitä. Jos virheitä sattuu, ei muuta kuin lapa pystyyn ja uutta artikkelia kirjoittamaan. [Ajatuskuvia, 9.1.2014]

Ratkaisemattomaksi jää kuitenkin se ongelma, että alkuperäinen virheellinen artikkeli oli ehtinyt levitä sosiaalisessa mediassa erittäin laajalle ennen oikaisujen tekemistä. Bloggaaja tuokin esille sen, miten virheiden korjaaminen sosiaalisen median aikakaudella on yllättävän vaikeaa:

Tapaus tuo esiin ison ongelman myös journalistin ohjeissa. Periaatteena on, että virhe pitää korjata ja saattaa mahdollisimman kattavasti alkuperäisen lukijakunnan tietoon. Jos samaan aiheeseen liittyy useita uutisia, muuttuvat tiedot pitäisi julkaista osapuilleen samalla intensiteetillä. Vaan miten toimitetaan korjaus sosiaalisessa mediassa? Talouselämän juttua on suositellut 13 000 ihmistä. Kuinka moni suosituksen nähnyt näkee korjauksen alkuperäisessä uutisessa? Kuinka moni jakaa uutena juttuna julkaistun uutisen?

Ehkäpä sittenkin olisi helpompaa tarkastaa faktat ennen julkaisua.
[Ajatuskuvia, 9.1.2014]

Asiavirheiden ja oikaisujen puutteen rinnalle täytyy nostaa lähteiden puuttumisen ja plagioinnin kritiikki (3%). Bloggaajat tuovat monin tavoin esiin sen, miten helppoa ja luontevaa alkuperäisiin lähteisiin linkkaaminen internetissä on. Päinvastoin kuin perinteisessä mediassa, jossa lukijan on luotettava siihen, että haastateltava on sanonut niin kuin toimittaja kirjoittaa, verkossa alkuperäinen lähde voidaan liittää jutun perään sellaisenaan. Jos lukija epäilee journalistin tuottamaa tietoa, hän voi helposti tarkistaa sen alkuperäisestä lähteestä. Tämä onkin yksi laadukkaan verkkojournalismin parhaista puolista. Jostain syystä tätä etua ei kuitenkaan kovin ahkerasti verkkojournalismissa käytetä, sanotaan seuraavassa blogikirjoituksessa:

Selväjärkinen ihmisolento kykenee muodostamaan valistuneen mielipiteen totuudesta, kun heille tarjotaan siitä laadukasta ja monipuolista tietoa. Jos tiedon totuusarvo epäilyttää, voi luottamustaan parantaa arvioimalla lähteitä. Lähteet ovat sitä luotettavampia, mitä vähemmän välissä on ihmisiä tarinaa kertomassa.

Toimittaja itse on useimmiten tiedonvälityksen välikäsi tai välikäden välikäsi, joka saattaa heikeintää tiedon luotettavuutta tekemällä virheitä ja painottamalla epäolennaisuuksia. Etenkin silloin tämä on riskinä, jos toimittaja piilottelee alkuperäislähteitä.

Enkä nyt kerro niistä harvinaisista keisseistä, jolloin toimittajalla on syy piilottaa lähteensä vedoten lähdesuojaan. Vaan aivan tavallisesta uutisjournalismista, jossa tieto on hankittu avoimista lähteistä, eikä toimittaja siltikään jostain käsittämättömästä syystä voi linkittää alkuperäiseen tietolähteeseen.

[Ajatusjalostamo, 25.1.2012]

Vaikka plagiointia tai lähteiden puuttumista kritisoiva luokka onkin blogiaineistossa pieni (3%), sen laadullinen painoarvo etenkin suhteessa journalismin luotettavuuteen on suuri. Bloggaajat tuovat esiin, että on eri asia kertoa, mistä lähteestä tieto on saatu kuin linkittää tietolähde sellaisenaan journalistiseen tekstiin. Jälkimmäinen tapa lisää luottamusta enemmän, toteaa Ajatusjalostamo-blogisti.

Journalisteilla on sääntö, että pitää tuoda jutuissa lähde esiin. Lähteet yleensä

mainitaan, mutta lukijaa ei aktiivisesti kannusteta etsiytymään alkuperäislähteille.

Tämä jättää toimittajille täysin tarpeettoman sauman käyttää mielivaltaa portinvartijaroolissa. Toimitusten kokoomus- ja punavihersalaliitoista tulee ihmisten päissä totta, kun uutiset vaikuttavat formaattinsa puolesta mielipiteiltä uutissivustojen välttellessä linkittämistä lähteisiin. Blogiformaatti on tässä suhteessa uutisia valovuosia edellä.

Linkittäminen on helppoa, eikä siihen mene muuhun journalistiseen työhön nähden paljon aikaa. Ilmiselvien linkkien puuttuminen herättää ainakin minulla välittömästi epäilyksen tiedon luotettavuudesta.

Linkittää voi joko lauseen kohtaan, jossa lähde mainitaan, tai sitten lähteet voi koota nätiksi linkkirimpsuksi jutun alareunaan. Jopa haastattelumatskut voitaisiin useimmiten ladata sellaisenaan nettiin, ja sekin vähentäisi riskiä tehdä täysin mielivaltaisia ja epäolennaisia poimintoja haastateltavan kommentaareista. [Ajatusjalostamo, 25.1.2012]

Varsinaisesta plagioinnista puhutaan silloin, kun lähde ei ole mainittu ollenkaan, vaan juttu on esimerkiksi käännetty ulkomaisesta julkaisusta ja esitetty ”omana” tuotantona. Mutta kuinka suuri ero suoranaisella plagioinnilla ja puutteellisella lähteisiin linkittämisellä on, pohtii mm. Maijan ilmestykset -blogi:

Ja entä jos kierrättää jonkun muun tekstiä kuin omaansa?

Copypastejournalismissa lähde saatetaan mainita, mutta siihen ei useinkaan linkitetä. Monesti on kyseenalaista, olisiko koko tai melkein koko tekstin lähes suora kääntäminen oikeutettua, vaikka lähteeseen viitattaisiinkin. Onko se sitten yhtään parempaa kuin plagiarismi vai pelkästään tekopyhää? “Enhän minä edes väittänyt kirjoittaneeni tätä itse.” [Maijan ilmestykset, 11.9.2012]

Toimittaja ja journalismintutkija Johanna Vehkoon (2011b) mukaan toimitukset jättävät lähdelinkit pois juuri siksi, että liioittelevat otsikot ja copy-paste-journalismi olisivat ylipäättään mahdollisia. Jos lukijat voisivat helposti todeta uutisen häthätää laadituksi

käännösjournalismiksi, se veisi pohjan koko uutiselta. Myös Heikkilä (2013, 19) toteaa, että verkkolehdet linkittävät yleensä vain omiin juttuihinsa. Molemmat tutkijat pitävät syynä sitä, että linkkien pelätään ohjaavan lukijat pois mediatalon omilta sivuilta. Tällaiset syyt linkkien loistavaan poissaoloon eivät juuri journalisteja imartele, ja vähentävät sitä paitsi oleellisesti journalismin luotettavuutta. Linkki lähteeseen on konkreettisin osoitus journalismin läpinäkyvyydestä ja yksi tehokkaimmista luottamuksen lisääjistä (Heikkilä 2013, 19).

Argumentointi (4%)

Huonoa argumentointia arvosteltiin 4 prosentissa blogiaineistoa. Kyse on pääkirjoitusten, kolumnien tai muiden henkilökohtaisia näkemyksiä sisältävien kirjoitusten arvostelusta, esimerkiksi alla olevaan tyyliin:

Vanhan sanonnan mukaan ei ole olemassa tyhmiä kysymyksiä, on vain tyhmiä vastauksia, mutta Keski-suomalaisen päätoimittaja Pekka Mervolan kolumnissaan esittämä kysymys opintotukien takaisinperinnästä on kyllä sellainen. Tai oikeastaan kyseessä lienee ehdotus, koska Mervolan virkkeen perässä on piste, eikä kysymysmerkkiä. Mervola kirjoittaa: "Voisiko olla niin, että keskeyttäjiä perittäisiin opintotuet takaisin ja laskutettaisiin koulutuksesta hinta."

Tuota möläytystä ei ole kyllä mietitty yhtään pidemmälle.

[---]

Mervola on käsittämättömän ristiriitainen. Hän on samassa kappaleessa huolestunut siitä, että liian moni halukas jää opiskelupaikan ulkopuolelle, ja heti perään esittää ehdotuksen, joka pakottaisi väärän koulutusalan valinneet jatkamaan hampaat irvessä loppuun asti. [Yksilönvapauksien ja tasa-arvon puolesta, 5.5.2013]

Bloggaajille tehdyssä tutkimuskyselyssä bloggaajat mainitsivat useampaan otteeseen ilmiön, jossa ”näin ajattelin tänään” -kolumnit täyttyvät toimittajien henkilökohtaisista

havainnoista, joilla ei ole laajempaa yhteiskunnallista merkitystä. Näiden kolumnien nähdään olevan seurausta paitsi liiallisesta minäkeskeisyydestä, myös kiireestä ja konsensushakuisuudesta: kaikki oikeasti kantaa ottava tai todelliseen keskusteluun pyrkivä sisältö on riskialtista. Oma lukunsa ovat pääkirjoitukset, jotka ovat joidenkin kriitikoiden mukaan paitsi puolueellisia, myös tylsiä, kuten seuraava bloggaaja sanoo:

Pääkirjoitukset ovat tylsiä, pönöttäviä, narisevia, paasaavia, besserwissereitä, samanlaisia. [mies, 50-59]

Mielipidekirjoitukset ovat bloggaajien katsannossa sikäli ristiriitaista materiaalia, että niitä moititaan sekä löysästä ja tylsästä otteesta että liiallisesta asettumisesta yhden totuuden taakse. Toisin sanoen bloggaajat toivovat keskustelunavauksia ja räväköitä kannanottoja, mutta samaan aikaan varoittavat puolueellisuudesta:

Haluaisin itseasiassa subjektiivisempaa näkemystä asioista. Tunnetta mukaan. Eikä kaiken tarvitse olla niin vakavaa – saa olla painavaa asiaa, mutta tämä ei ole mikään kilpailu siitä kuka on tylsin. [mies, 35-39]

Nykyinen journalismi tuottaa liiaksi samanlaista sisältöä. Tarvitaan erikoistumista, syventämistä ja erilaisia ääniä. [mies, 50-59]

Toimittajilla ei saisi olla liiallista kirkasotsaista maailmanparannusagenda. Liian usein on, asiat nähdään mustavalkoisina ja syntyy puolueellisia juttuja. [nainen, 35-39]

Näkökulmattomuuden, neutraaliuden ja kantaaottavuuden problematiikkaa pohditaan enemmän johtopäätöksissä luvussa 5.3.

Virhetulkinnat (3%)

Virheellisiä asiayhteyksiä tai toimittajien tekemiä virhetulkintoja arvosteltiin 3 prosentissa blogiaineistoa. Useimmiten virhetulkinta löytyy bloggaajien mukaan

tutkimuksia esittelevistä uutisista: toimittajat eivät joko osaa tai ehdi tutustua uutisoimaansa tutkimukseen kunnolla, jolloin virheitä syntyy helposti. Onkin helppo ymmärtää, että harvan toimittajan asiantuntemus sinällään riittää tiedeuutisointiin. Myös skuuppikilpailu, taustatyöhön käytetyn ajan vähyys ja vastakkainasettelua suosiva journalismi ovat kaikki ilmiöitä, jotka sopivat huonosti tiedeuutisointiin. Toimitusten resurssipula, joka rokottaa myös tieteeseen erikoistuneiden toimittajien määrää, lisää ongelmia. Asian voi ilmaista ytimekkäästi:

Esim. tieteestä ja terveysasioista kirjoittamaan ei pitäisi ottaa toimittajia, jotka eivät tunne asiaa.

[nainen, 30-34]

Jos tiedeuutisointi on vaikeaa, niin hankaluuksia on myös yksinkertaisten kyselytutkimusten uutisoinnissa. Seuraavassa esimerkissä Sauli Ahvenjärvi -blogisti viittaa Ylen teettämään ja uutisoimaan kyselyyn suomalaisten tärkeimmistä arvoista.

[TV-uutisen] taustalla näkyvän grafiikan otsikkona oli "TÄRKEIMMÄT ARVOT" ja alapuolella komeilivat "TASA-ARVO", "ENERGIANKULUTUKSEN VÄHENTÄMINEN" ja "SOSIAALIETUUDET PASSIVOIVAT".

Tuossa vedettiin kyselyn tuloksista kyllä väärä johtopäätös! Jos valikoima on ainoastaan 13 väittämää, niin siitä ei todellakaan saada selville, mitkä suomalaisten mielestä ovat kaikkein tärkeimmät arvot. TV-uutisten katsojalle jää asiasta virheellinen käsitys, varsinkin kun jutussa jää kertomatta, mitä nuo 13 väittämää olivat. [Sauli Ahvenjärvi, 8.1.2014]

Mielipidetutkimuksia ja gallupjournalismia tutkinut Pertti Suhonen (2006) sanoo, että toimittajilla on usein suuria vaikeuksia tehdä mielipidetutkimuksista oikeita johtopäätöksiä. Ongelmia on paitsi tutkimusmenetelmien tuntemisessa ja ymmärtämisessä, ennen kaikkea tulosten tulkitsemisessä, jossa usein kuvastuu asiantuntemattomuus ja tietämättömyys yleistämisen pelisäännöistä (Ibid. 318).

Useimmin huomio kiinnittyy lehtien tapaan otsikoida juttunsa tavalla, joka antaa liioittelevan tai muuten harhaanjohtavan kuvan tuloksista. Pienistä numeroista, eroista tai muutoksista tehdään suuria johtopäätöksiä, jotka toistuvat etusivun jälkeen sisäsivun otsikossa ja uutistekstissä. Toinen tavanomainen tulkintavirhe tapahtuu siinä, kun journalisti muotoilee tarkasteltavan mielipiteen sisällön sujuvalle lehtikielelle. [– –]
Usein toistuva tulkintavirhe sekoittaa mielipiteiden kaksi ulottuvuutta: *voimakkuuden* ja *yleisyyden*. (Suhonen 2006, 318)

Erityisen vaikeaa toimittajille on lukea, ymmärtää ja tulkita tilastoja.

Tutkimusaineistossa Johan Alén -blogisti ruotii Aamulehden sivunkokoista infografiikkaa, jonka Sanomalehtien liitto palkitsi parhaat sivut -kilpailussa syksyllä 2012. Hän löytää tilastoihin perustuvista grafiikoista kymmenen virhettä tai puutetta, vaikka kyseessä on juuri ”pätevästä tiedosta” ja ”infograafisesti oikein toteutetusta” (sitaatit tuomariston perusteluista) palkitusta uutistyöstä!

Oma lukunsa on tiedeuutisointi, joka blogien ja bloggaajien mukaan aivan liian usein vetää mutkat suoriksi: aiheen monipuolisuutta ei ymmärretä eikä tutkimusten taustoja esitellä, saati sitten arvioida tutkimuksen luotettavuutta ja tärkeyttä. Lisäksi tiedeuutisointia vaivaa bloggaajien mukaan ns. tasapuolisen käsittelyn pakko, jossa tieteeseen liittyvissä kiistoissa juttuun haetaan väen väkisin keskustelemaan kaksi vastakkaista näkemystä edustavaa ihmistä. Tällaiseen sapluunaan ahdettu tiedejournalismi tuo marginaalista näkemystä edustaville tutkijoille suhteettomasti mediajulkisuutta, ja on näin ollen omiaan aiheuttamaan asiasta kollektiivisen harhan (ks. esim. Vehkoo 2011). Erään bloggaajan sanoin:

Vaikka journalismin pitää olla objektiivista, sen ei pitäisi tarkoittaa, että kaikki mielipiteet ovat samanarvoisia. Rokotevastaisuus, vaihtoehtohoidot, erityisesti aiemmin ilmastomuutoksen kieltäminen saavat kuitenkin säännöllisesti julkisuutta.
[mies, 40-49]

Erityisen heikko asiantuntemus journalismilla on uskontotieteen kohdalla, mistä kirjoittavat Uskontojournalismi -blogistit:

Kaikkien alojen asiantuntijoilla on taipumus ajatella, että juuri heidän alastaan kirjoitetaan lehdissä ihan mitä sattuu. Uskontojournalismin suurin ongelma ei kuitenkaan ole se, että kirjoitetaan ihan mitä sattuu, vaan se, että kirjoitetaan liian vähän.

(---)

Toimittajilla ei ole kykyä tunnistaa uskontoa siellä, missä sillä on merkitystä, ja toisaalta uskonnon merkitys nähdään korostuneena siellä, missä se saattaa olla melko pinnallinen. [Uskontojournalismi, 16.12.2013]

Negatiivisuus (2%)

Journalismia kritisoitiin negatiivisuudesta 2 prosentissa blogiaineistoa, esimerkiksi seuraavaan tapaan:

Uutistuottajien tehtävänä on tuottaa mahdollisimman monipuolista uutisisältöä, joka tarkastelee asioita ja ilmiöitä siis useammasta näkökulmasta. Venäjän kisojen [*Sotshin olympialaisten*] suhteen tässä on epäonnistuttu täysin. Uutisoinnissa ei ole kerrottu, kuinka hyvin osa majoitustiloista on onnistunut. Tai kuinka hyvin suurin osa lajipaikoista on mahdollisesti saatu kuntoon.

Kyseessä on muutenkin median "ammattitauti" - tietyt aiheet, kuten tilanne Venäjällä, uutisoidaan automaattisesti negatiivisesta näkökulmasta. Kansa haluaa kuitenkin tietää, miten huonosti itänaapurissa tosiaan menee. Vastaavasti positiivinen uutisointi unohdetaan kokonaan. [Santerin ässä, 5.2.2014]

Negatiivisuuskritiikin osuus jäi analyysissa yllättävän vähäiseksi, ottaen huomioon keskustelun, jota käydään aika ajoin esimerkiksi lööppien tai kärjekkäiden uutiskärkien tehtailusta. Eräs bloggaaja sivuaa aihetta kyselytutkimuksessa:

Ylipäättään suomalaisessa journalismissa on leimallista negatiivisuus. Onko tosiaan niin, että vain huonot uutiset myyvät? Asioiden käsittelytyyli joskus lähestyy verkkokeskustelun tasoa. Sille linjalle ei pidä lähteä. [mies, 50-59]

Kielivirheet (1%)

Vaikka suomen kieli ja sen oikeellisuus herättää usein suuria tunteita, blogiaineistossa uutiskieleen tartutaan harvoin (1%). Esimerkki liittyy sosiaalisessa mediassa syntyneeseen pöhinään, jossa ihmiset paheksuivat Justine Saccon Twitter-viestiä Afrikkaan menosta ja AIDS:iin sairastumisen riskistä. Toiset taas paheksuivat Saccoa vastaan nousseita argumentteja. Helsingin Sanomat uutisoi massiivisesta paheksumisilmiöstä otsikolla ”Nettiyhtiön tiedottajan rasistinen vitsi johti lynkkaukampanjaan”.

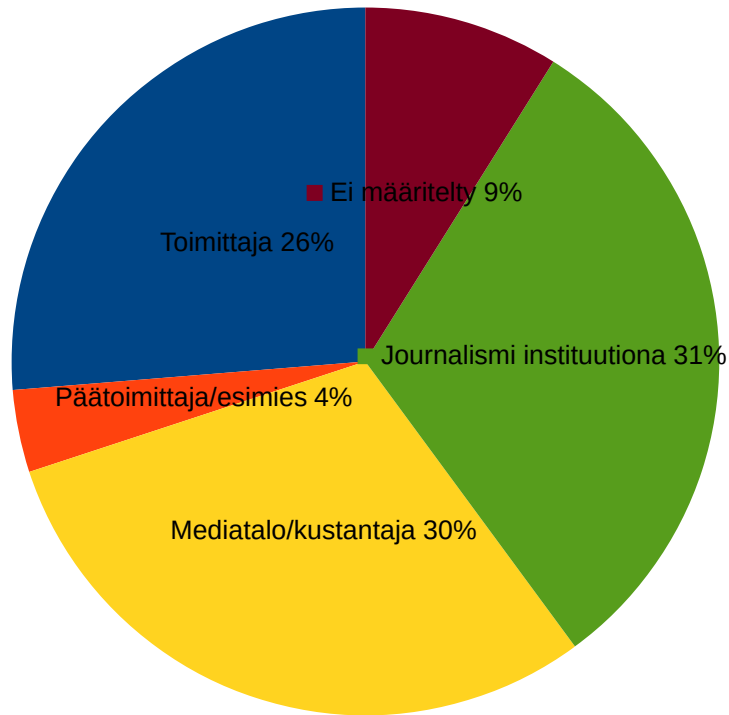
Saccon monumentaalisen typerä viesti tosiaan kirvoitti monenlaisia reaktioita, ja varmasti osa niistä oli vähintäänkin hyvän maun tuolla puolen. Siitä huolimatta on täysin käsittämätöntä että Twitterissä herännyttä reaktiota Saccon idioottimaiseen ja rasistiseen viestiin kuvaillaan lynkkaukampanjana. Voiko uutisen laatija todella olla niin sivistymätön ääliö ettei lainkaan tiedä mitä sana lynkkaus tarkoittaa? Vai onko uutiseen nimenomaan tarkoituksella valittu rasismin vastaista nettireaktiota kuvaamaan sana joka varsinaisessa vakiintuneessa merkityksessään tarkoittaa nimenomaan mustan miehen rasistista murhaa? [Jälkijätöistä jupinaa, 23.12.2013]

4.4 Ketä kritisoidaan

Keneen tai mihin kaikki yllä kuvailtu kritiikki sitten kohdistuu? Analyysissa vaihtoehtoja annettiin viisi: toimittajaan itseensä, hänen esimieheensä/päätoimittajaan, kyseessä olevaan mediataloon/kustantajaan, koko journalismikuntaan/-instituutioon tai sitten kritiikin tahoja ei ollenkaan määritelty. Kritiikin tahot jakautuivat näihin viiteen luokkaan seuraavan kuvion (KUVIO 3) mukaisesti.

Kritiikin tahot

Kun 100% on kaikki tahot (N=213)



KUVIO 3: Kritiikin tahojen prosentuaalinen jakautuminen suhteessa kaikkiin kritiikin kohteisiin.

Bloggaajien kritiikki kohdistui siis melko tasaisesti sekä jutun toimittajaan, hänen edustamaansa mediataloon sekä koko toimittajakuntaan yleisesti. Sen sijaan päätoimittaja, joka kuitenkin on muodollisesti vastuussa mediatalossa tehdystä journalismista, oli harvoin kritiikin kohteena. Tämä voi johtua ainakin siitä, että Suomessa journalismi on melko henkilöitynyttä. Jutut kirjoitetaan/tehdään miltei poikkeuksetta nimellä, ja yhä useammin nimen yhteydessä on myös toimittajan kuva. Kun lukija tuohtuu johonkin juttuun, hänen on helppo kohdistaa kritiikkinsä tarjolla olevaan henkilöön, jutun toimittajaan. Päätoimittaja (kuka hän nyt olikaan?) ei ole jutun lukemis-/katsomistilanteessa samalla tavalla läsnä.

Tämä ”henkilökohtainen” suhde toimittajiin tulee hyvin esille aineistossa. Esimerkiksi Jälkijättöistä jupinaa -blogin kirjoittaja tarttuu Helsingin Sanomien juttuun, jossa toimittaja ”testasi” elämää introverttina ja alkoi vältellä ja laiminlyödä työkavereitaan ja muita ihmissuhteitaan. Testin tuloksena syntyi juttu otsikolla ”Introvertti jää helposti yksin”. Bloggaaja hermostuu mielestään mauttomasti tehdyn jutun kirjoittajalle:

En oikein osaa tässä ilmaista sitä miltä introverttina tuntuu lukea että toimittaja kuvittelee ymmärtävänsä millaista elämäni on leikkimällä pari päivää mykkäkoulua työkavereille. Suunnattoman loukkaavaasta, suorastaan raivostuttavan alentavasta vähättelystä puhuminen ei vaan riitä. En välittäisi enää koskaan lukea aikuisen ihmisen kirjottamana tuollaista paskaa.

[Jälkijättöistä jupinaa, 19.8.2013]

Bloggaaja kuitenkin laajentaa kritiikkinsä yleiselle tasolle:

Todellinen ongelma näissä "toimittaja testaa" -jutuissa ei kuitenkaan ole se kuinka ne eivät onnistu kuvaamaan "testaamaansa" olotilaa. Se ei edes ole toimittajien tietämättömyys. Se mikä näissä jutuissa vilpittömästi suututtaa on että jos kerran halutaan sanoa jotain köyhyyden tai introverttiuden kokemuksesta, niin kai te nyt jumalauta olisitte edes yhden toimeentulotuella elävän tai introvertin voineet löytää haastateltavaksi? [---] Jos toimittajamme ja heidän toimituspäällikkönsä, päätoimittajansa ja muut esimiehensä tuntevat lainkaan sosiaalista vastuuta, he käyttävät valtaansa sellaisten kokemusten ja näkökulmien nostamiseksi julkisuuteen jotka eivät sinne muuten pääse.

[Jälkijättöistä jupinaa, 19.8.2013]

Tällainen kahden tason kritiikki on aineistossa kohtuullisen yleistä. Yleistä on myös se, että yksittäisten toimittajien virheet tai väärinarvioinnit ikään kuin laajenevat koko toimittajakunnan syyksi. Mediavahti-blogi kirjoittaa tämän kritiikin selkeästi auki käsitellessään Aamulehden juttua ”Tutkijat tekivät ison löydön: Sähkön hinta saattaa romahtaa”:

On arvioitu, että olisi. Voisi auttaa. Saattaisi romahtaa. Ihan näillä näppäimillä

siis. Ehkä jo ensi viikolla.

On surullista, että tämä kalasteleva roskaotsikointi on levinnyt iltapäivä- ja juorulehdistä käytännössä kaikkiin uutismedioihin. Yksittäisten toimittajien syytä se ei enää voi olla, vaan takana täytyy olla selkeä toimituksen linjaus. Munaton linjaus. [Mediavahti, 30.1.2014]

4.5 Blogikeskustelujen luonne

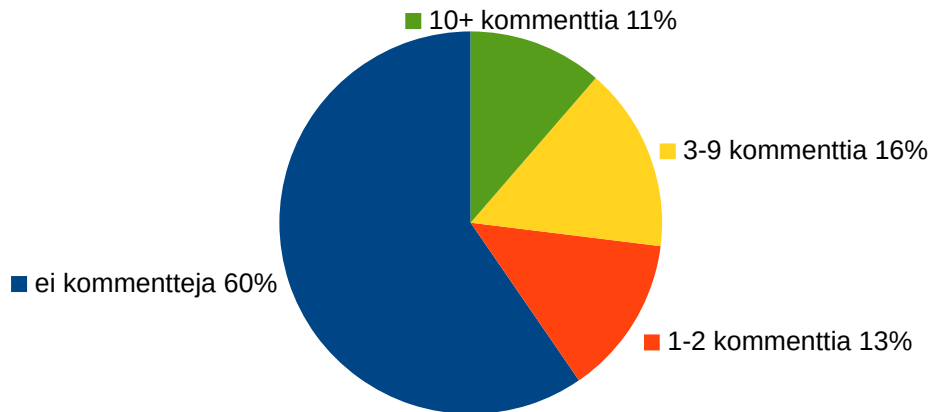
Aineiston blogikirjoitukset synnyttivät keskustelua eli kommentointia hyvin vaihtelevasti. Koko aineistossa esitettiin yhteensä 506 kommenttia, joten keskimääräisesti yksi blogikirjoitus herätti 4 kommentin keskustelun. Todellisuudessa kommentit eivät tietenkään jakaantuneet tasaisesti. Suurin osa (60%) kirjoituksista (joita oli 141 kappaletta), eivät aiheuttaneet yhtään keskustelua. 13 prosenttia kirjoituksista keräsi 1–2 kommenttia. Näistä kommentteista yksi oli yleensä joko kirjoittajan oma lisäys aiheeseen tai vaihtoehtoisesti vastaus esitettyyn kommenttiin.

Varsinaisesta keskustelusta voidaan puhua, kun kommenttiketju on vähintään 3 puheenvuoron pituinen (27%:ssa keskusteluista). Näistä keskusteluista lähes puolet venyi pitkiksi, yli 10 puheenvuoron ketjuiksi. Aineiston pisin keskustelu oli 55 puheenvuoron mittainen. Tärkeää on huomata, että kaikissa blogeissa keskustelumahdollisuutta ei ole. Esimerkiksi aineiston kahdessa poliitikon kirjoittamassa blogissa kommentointimahdollisuus on suljettu – varmasti ainakin osittain siksi, että odotettavissa olisi liikaakin kommentteja.

Alla on havainnollistettu keskustelujen syntymistä (KUVIO 4).

Keskustelu

Kun 100% on kaikki blogikirjoitukset (N=141)

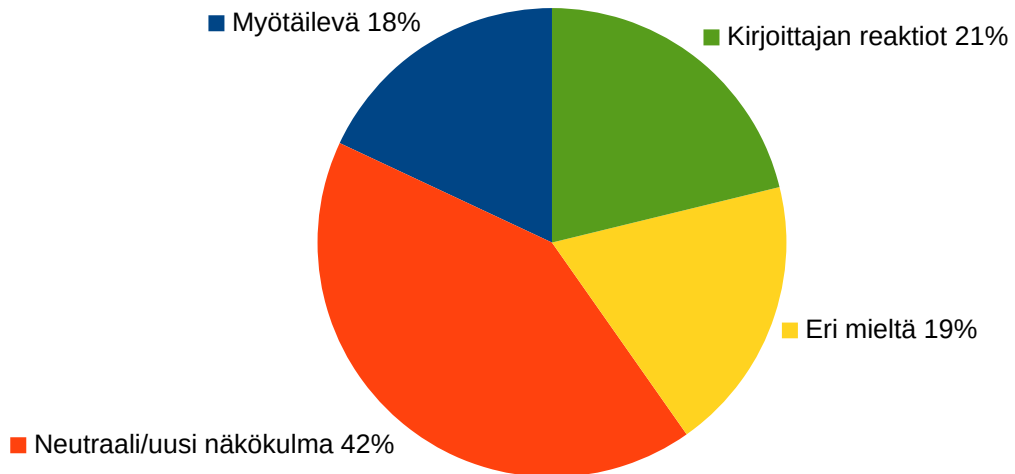


KUVIO 4 Kommenttiketjujen pituudet suhteessa kaikkiin blogikirjoituksiin.

Mihin sävyyn keskustelut sitten sujuvat? Ovatko lukijat bloggaajan kanssa yhtä mieltä vai asettuvatko he vastahankaan? Vai onko keskustelu enemmänkin neutraalia uusien näkökulmien esittelyä? Kuten alla oleva kaavio (KUVIO 5) havainnollistaa, kaikki sävyt ovat keskusteluissa melko tasapuolisesti läsnä.

Kommenttien sävy

Kun 100% on kaikki kommentit (N=506)



KUVIO 5 Kommenttien sävy suhteessa kaikkiin esitettyihin kommentteihin.

Vaikka nettikeskustelujen luonne mielletään usein negatiiviseksi, tutkimusaineisto osoittaa, että blogien yhteyteen jätetään yhtä usein myötäileviä ja rohkaisevia (19%) kommentteja kuin negatiivisia tai eri mieltä olevia kommentteja (18%). Tyypillisesti positiiviset kommentoijat kiittelevät hyvästä kirjoituksesta, kun taas negatiiviset kommentoijat esittävät eriävän mielipiteensä. Tässä mielessä nettiyhteisö näyttää siis toimivan ihanteellisesti. Kirjoituksia ei teilata turhaan, eikä myönteistä palautetta unohdeta.

Kommenttien kertymiseen vaikuttaa olennaisesti se, reagoiko bloggaaja itse esitettyihin kommentteihin. Jos hän reagoi, todennäköisyys siihen, että yksittäisten kommenttien sijaan blogikirjoituksen perään syntyy aito keskustelu, kasvaa. Blogien kommenttiketjuista 21 prosenttia koostuu kirjoittajan omista reaktioista. Aineiston perusteella on enemmän sääntö kuin poikkeus, että bloggaaja vastaa aina kirjoituksensa pariin ensimmäiseen kommenttiin. Jos taas kommentteja kertyy lisää, bloggaajan oma panos keskustelussa vähenee. Omilla kommentteillaan ja vastauksillaan bloggaaja

osoittaa, että hän arvostaa jutustaan syntyviä mielipiteitä ja toisaalta vastaamalla esitettyyn kritiikkiin hän myös ylläpitää keskustelua. Kun keskustelu lähtee kunnolla käyntiin, bloggaajan oma osallisuus keskustelussa ei ole välttämätöntä.

Toisaalta pitkille kommenttiketjuille on tyypillistä se, että keskustelu lipeää helposti sivuraiteille. Kuitenkin myös pitkä keskustelu voi pysyä aiheessa, jos bloggaaja aktiivisesti pitelee keskustelun naruja hyppysissään. Näin tekee esimerkiksi Ei oo totta -blogin kirjoittaja, joka vastaa kirjoituksestaan esitettyihin kommentteihin säännöllisesti, esittää lisäkysymyksiä ja kesyttää rankankin kritiikin asiallisella keskustelutyylillään. Näin keskustelu ei pääse lipsahtamaan myöskään juupas–eipäs-linjalle.

”Neutraali/uusi näkökulma” -luokka (41%) sisältää enimmäkseen kommentteja, joissa esitetään blogikirjoituksen aiheesta uusi näkökulma/tieto tai heitetään ilmaan jokin kysymys. Parhaimmillaan nämä heitot herättävät lisää keskustelua, mutta ei ole tavatonta sekään, että kommentti/kysymys jää ilmaan roikkumaan. Myös blogikirjoituksen alkuperäisestä aiheesta sivuraiteille joutuneet keskustelut on koodattu tähän luokkaan, mikä tekee luokasta suhteettoman suuren (tästä enemmän luvussa 3.4.2).

Tämän huomioon ottaen voi todeta, että blogikirjoitusten synnyttämä keskustelu on sävyiltään vaihtelevaa, ja kaikkia mielipiteitä esitetään tasaisesti. Bloggaajilla itsellään on keskusteluissa tärkeä osuus: parhaimmillaan hän vastaa esitettyyn kritiikkiin ja kysymyksiin sekä kokoaa irtonaisia kommentteja yhteen analyysillaan.

4.6 Blogikirjoituksen sosiaaliset siivet

Blogit ovat siinä mielessä tyypillistä sosiaalisen median sisältöä, että niiden luonteeseen kuuluu jakaminen. Vain osa blogien lukijoista ovat niitä, jotka vierailevat blogin sivuilla säännöllisesti asiasta tehden; merkittävä osa lukijoista saapuu sivuille jonkun toisen

linkkaamana/ohjaamana. Tämän sosiaalisen jaon voi tehdä useita kanavia myöten. Netissä liikkuja voi jakaa blogikirjoituksia esimerkiksi Facebook-seinällään, omassa blogissaan, Twitter- tai Google+-tilillään, tai vaikkapa toisen blogin kommenttikentässä. Näin omien somekanavien ihmiset pääsevät yhdellä klikkauksella lukemaan suositeltua/jaettua blogikirjoitusta. Tutkimusaineistossa jakomahdollisuuksia tarjotaan jokaisessa blogissa. Kanavat kuitenkin vaihtelevat: useimpia blogeja voi jakaa Facebookin kautta; myös Twitter ja Google+ -jakomahdollisuudet ovat monien blogien käytössä. Edellä mainittujen kanavien lisäksi blogikirjoituksia voi jakaa sähköpostilla tai erilaisilla blogialustojen omilla suosittelu-ominaisuuksilla. Näitä ovat esimerkiksi inShare, ”bloggaaja tykkää”, Suosittelu ja Vote.

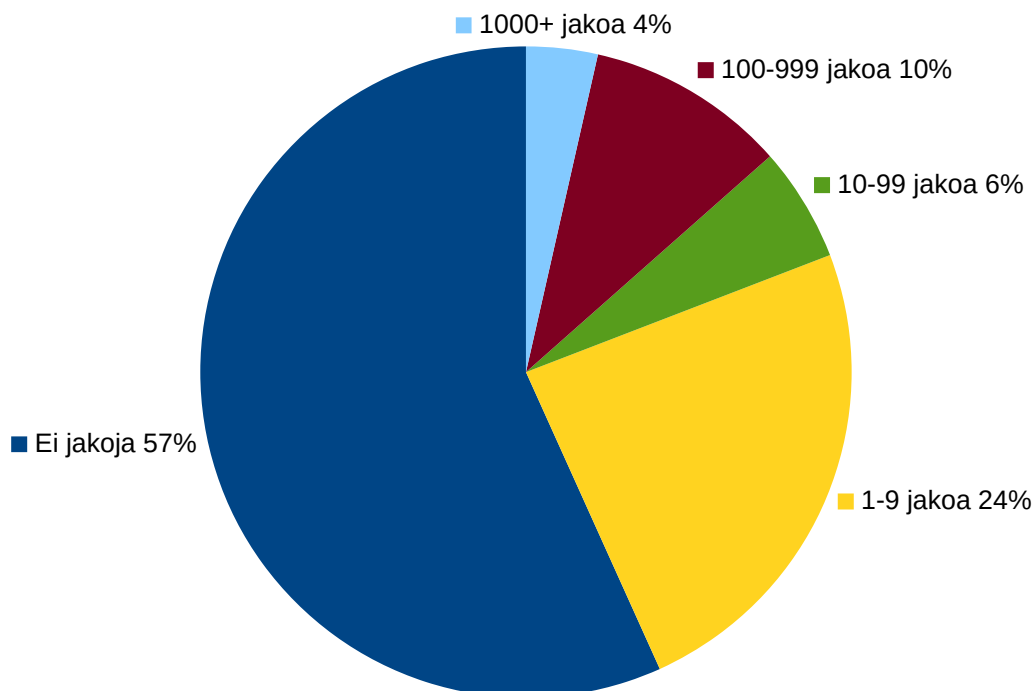
Aineiston blogeja jaettiin hyvin vaihtelevasti. Yhteensä aineiston 141 blogikirjoitusta jaettiin 11481 kertaa, eli keskimääräisesti yhtä kirjoitusta jaettiin eri kanavissa 81 kertaa. Todellisuudessa pieni osa blogikirjoituksista keräsi suurimman osan jaoista. Tyypillistä onkin, että kun kirjoitus lähtee kiertoonsa vaikkapa Facebookissa, se kerää erittäin nopeasti, suoraastaan eksponentiaalisesti, uusia lukijoita ja uudelleenjakoja. Ahkerimmin jaettuja blogikirjoituksia olivat esimerkiksi Antti Heikkilä -terveysklubin, Vallankumouksen hedelmiä -blogin, Mediaa, tekniikkaa ja mediatekniikkaa -blogin sekä Sana haltuun -blogin kirjoitukset. Ne keräsivät eri kanavissa yli 1000 jakoa/kirjoitus.

Aineiston perusteella ylivoimaisesti suosituin jakokanava on Facebook. Kaikista jaetuista kirjoituksista 94 prosenttia jaettiin juuri Facebookissa. 5 prosenttia jaoista tehtiin Twitterissä, vajaa 1 prosentti Google+:ssa ja 0,5 prosenttia muiden sosiaalisen median kanavien kautta.

Alla on havainnollistettu, miten sosiaalisen median jaot jakautuivat blogikirjoitusten kesken (KUVIO 6).

Kirjoitusten jaot sosiaalisessa mediassa

Kun 100% on kaikki kirjoitukset (N=141)



KUVIO 6 Blogikirjoitusten saamat jaot sosiaalisessa mediassa.

Kuvion mukaisesti yli puolet (57%) blogikirjoituksista jäi kokonaan ilman sosiaalisen median jakoja. Tällöin on oletettavissa, että myös blogikirjoituksen lukijamäärä jää pieneksi.

Neljännes (24%) blogikirjoituksista jaettiin somessa 1–9 kertaa, viidennes (20%) yli 10 kertaa. On huomattava, että 10–99 jakoa saaneita kirjoituksia on suhteellisen vähän, vain 6 prosenttia. Tämä johtunee siitä, että kun blogikirjoitus lähtee leviämään somessa, uusia lukijoita ja sitä myötä jakoja kertyy nopeasti. Tällöin jakojen määrä nousee

helposti satoihin, jopa tuhansiin.

4.7 Journalismin todenmukaisuus ja luotettavuus

Tutkimuskysely kartoitti erikseen bloggaajien luottamusta suomalaiseen journalismiin. Ensinnäkin bloggaajia pyydettiin arvioimaan journalismin paikkansapitävyyttä (=todenmukaisuutta) ja toiseksi luottamusta eri uutisorganisaatioihin ja journalismiin yleensä.

Kysymykseen ”Kuinka todenmukaista eli paikkansa pitävää tieto suomalaisessa journalismissa yleensä on” bloggaajat vastaavat melko yksimielisesti. 28 bloggaajaa pitää journalismia yleensä paikkansa pitävänä, ja 8 bloggaajaa pitää journalismia jonkin verran paikkansa pitävänä. Muut vaihtoehdot olivat erittäin-, ei kovinkaan- ja ei koskaan paikkansa pitävää, joita ei siis valittu kertaakaan.

Avoimessa kysymyksessä bloggaajia pyydettiin halutessaan täsmentämään vastaustaan journalismin todenmukaisuudesta. Vastauksista käy ilmi, että tässäkin asiassa journalismin koetaan jakautuneen voimakkaasti kahtia: toisaalla on laatujournalismi, joka ansaitsisi todenmukaisuusarvosanakseen jopa ykkösen (erittäin paikkansa pitävää), ja toisaalla ”keltainen-”, ”iltapäivä-” tai ”kohujournalismi”, jonka paikkansa pitävyydestä ei ole kerrassaan mitään takeita. Toisaalta hajontaa koettiin olevan myös nk. laatumedian sisälläkin.

Hajonta on mieleton eri tiedotusvälineiden välillä jopa perinteisen uutistenvälityksen sisällä. Jos tarkasteluun otetaan muu kuin perinteinen yleisuutistoiminta, kuten Seiska tai iltapäivälehtien viihdesisällöt, ei enää voida puhua yhtenäisellä ’journalismin’ käsitteellä. [Mies, 35-29]

Tasoeroja on. Laatulehtien ja ns. keltaisen lehdistön välinen kuilu on isontunut. Näennäisiutisia on ollut laatumediassakin, tuntuu (=pelko) että enenevästi. [Mies, 50-59]

Kuitenkin moni vastaaja toi esiin, että yleisellä tasolla faktojen oikeellisuus on journalismissa kunnossa. Ongelmia todenmukaisuuden suhteen syntyy pikemminkin näkökulmien vähäisyyden ja journalismissa äänessä olevien tahojen yksipuolisuuden vuoksi. Toisaalta haastateltavat ja tietolähteet valikoituvat toimittajan henkilökohtaisten vaikuttimien/maailmankuvan mukaan, toisaalta asiantuntijoiden ja viranomaisten tarjoamat faktat hyväksytään sellaisinaan. Eräs bloggaaja piirtää tälle näkökulmattomuuden ongelmalle suuremmat raamit:

Jos tarkoitetaan yksittäisiä faktoja, niin pidän suomalaista journalismia melko todenmukaisena. Jos todenmukaisuus laajennetaan koskemaan yhteiskunnallisia kokemuksia, niin pidän journalismia erittäin ongelmallisena. Toimittajat tapaavat olla keskiluokkaisia säädylisyyttä vaativia moralisteja, joiden kirjoituksilla ei ole mitään tekemistä minun tai tuttujeni elämien kanssa. Jos todenmukaisuus laajennetaan koskemaan vielä yhteiskunnallista tilannetta ja vaikkapa sitä, miten ilmastonmuutokseen pitäisi suhtautua ja missä määrin journalistit antavat palstatilaa ja aikaa kullekin aiheelle, niin totuus ja suomalainen journalismi ovat aivan eri ulottuvuuksissa. [Mies, 25-29]

Oma lukunsa faktojen oikeellisuudessa on journalismin rakennekriisin aiheuttamat muutokset työtavoissa ja -olosuhteissa. Moni bloggaaja toi esiin sen, että kun toimituksissa tehdään kiireellä uutisia, virheiden mahdollisuus kasvaa huomattavasti. Toisaalta virheiden lisääntymistä selitettiin myös toimittajien laiskuudella ja asenneongelmalla. Oma kritiikkinsä kohdistui faktojen ”vähyyteen”:

Vallalle on päässyt minä-journalismi, jossa toimittaja tekee jutun siitä, kun hän katsoo ikkunasta ulos ja näkee siellä linnun. Koska juttu on tehtävä vartissa, tunnissa tai päivässä, toimittaja ei enää pääse ikkunan takaa ulos todella katsomaan, mitä maailmassa pihaa kauempana tapahtuu. Siksi faktat voivat sinänsä olla oikein, mutta niitä faktoja on vaan liian vähän. Laajempien asioiden, syy- ja seuraussuhteiden ymmärtämiseen, ei jää enää journalismissa aikaa. [Nainen, 50-59]

Vaikka suomalainen journalismi voi siis olla hyvillään maineestaan melko todenmukaisena tiedontuottajana, valheelliseen itsetyytyväisyyteen ei ole aihetta. Aika ajoin ja melko säännöllisesti tulee ilmi tapauksia, joissa ammattitoimittajat ovat menneet täysin halpaan joko sosiaalisen median tai aivan oikean ihmisen tarjoaman juttuaiheen tai ”paljastuksen” kanssa. Näistä tapauksista tunnetuimpia lienee ”Enkeli-Elisan” tapaus (Esim. Kuutti & Manninen 2013). Tämän opinnäytteen tutkimusaineistossakin tulee ilmi kaksi tapausta, jossa pikkulapsen käsialalla kirjoitettu kirje lähtee kiertämään uutisissa aitona pikkutytön mielenilmaisuna. Asiaa selvitellessä käy ilmi, että kirjeen alkuperää ja aitoutta ei ollut tarkistanut kukaan, ei edes alkuperäinen julkaisija. Koomisinta tässä oli se, että toinen lapsen käsialalla kirjoitettu kirje oli parodiaa – ja sekin meni täydestä ainakin Voicen toimittajille (ks. <http://www.vapamedia.fi/blogi/pikku-tiituksen-tiedotustilaisuus/>).

Internetissä ja erityisesti sosiaalisessa mediassa tietojen paikkansapitävyyden tarkistaminen on entistäkin tärkeämpää. Nk. trollausyrityksiä (trolli = kiusankappale, verkkokeskustelija tai pelaaja, joka pyrkii hukkaamaan muiden aikaa ja häiritsemään jankkaamalla tai provosoimalla muita [Vainikka et al. 2013, 9]) kohdistetaan erityisesti toimittajiin, joiden on vaikea tunnistaa trolleja, koska eivät aktiivisesti osallistu nettiyhteisön toimintaan vaan seuraavat sitä ”katsomosta” (Ibid). Itse asiassa internet ja sosiaalinen media ovat erityisen toimiva alusta kaikenlaiselle epätiedon ja suoranaisten valheen levittämiseksi. Dan Gillmor (2004, 174–186) toteaa, että manipuloitujen kuvien ja videoiden, kontekstistaan irrotettujen uutispätkien ja sitaattien sekä tekaistujen paljastusten leviäminen (listaan voisi lisätä julkisuuden henkilöiden Facebook-profiili- ja Twitter-tili-huijaukset) asettaa journalismin elintärkeän haasteen eteen: jos ihmiset voivat luottaa siihen, että tekaistut ja manipuloidut tiedot eivät päädy uutisiin, heillä on hyvä pysyä uutisten lukijoina ja tilaajina.

Vaikka internet siis haastaa journalismin entistä huolellisempaan tietojentarkistamiseen, se antaa samalla siihen uusia mahdollisuuksia. Joukkoistamalla verkossa liikkuvat ihmismassat faktojen tarkistukseen tai suurten tietomäärien läpikäymiseen voidaan päästä tuloksiin, joihin yksittäisillä toimittajilla ja toimituksilla ei ole koskaan ollut

mahdollisuuksia (esim. Vehkoo 2011, 51–52; 64–66). Toisaalta toimittajat voivat sosiaalisen median, erityisesti Twitterin, kautta löytää käsittelemistään asioista ja tapahtumista merkittävästi enemmän tietoa ja näkökulmia kuin ennen, jopa siinä määrin, että voidaan puhua ”tutkivasta Twitter-journalismista” (Ibid. 62).

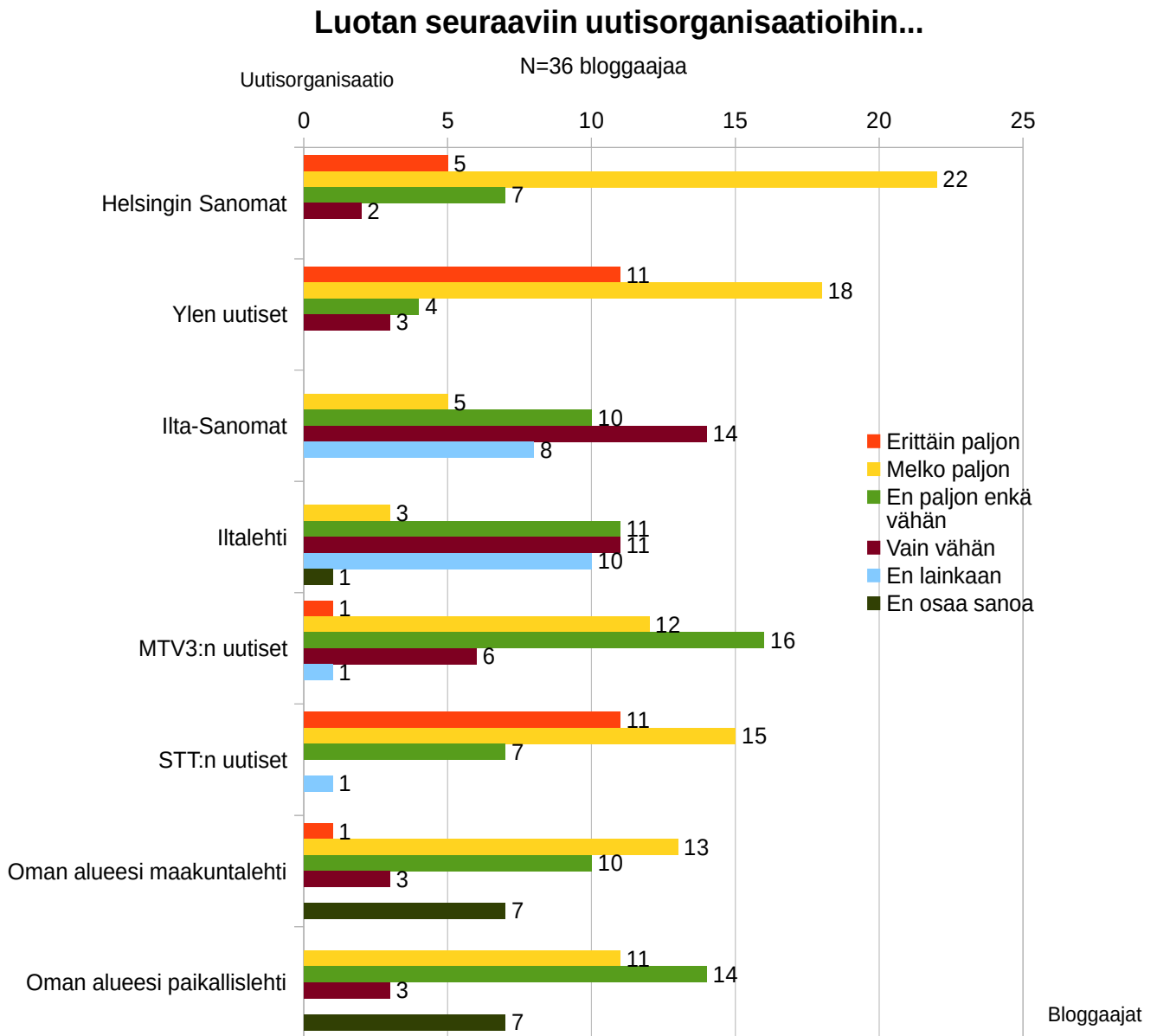
Journalismin luotettavuus on todenmukaisuutta tai paikkansa pitävyyttä laajempi käsite. Jotta mediankuluttaja voisi luottaa journalismiin, hänen on pystyttävä luottamaan paitsi tietojen oikeellisuuteen, myös mm. journalismin tasapuolisuuteen ja puolueettomuuteen. Bloggaajien arvioidessa luottamustaan journalismiin yleisesti tulokset ovatkin journalismin kannalta vähemmän mairittelevia kuin tietojen paikkansa pitävyyttä arvioitaessa. 21 bloggaajaa sanoo luottavansa journalismiin yleensä melko paljon. 13 bloggaajaa ei luota paljon eikä vähän. Erittäin paljon (1) tai vain vähän (1) journalismiin luottavat ovat selkeässä vähemmistössä.



KUVIO 7 Bloggaajien luottamus journalismiin yleisesti.

Monet bloggaajat huomauttivat avoimissa vastauksissa, että on vaikeaa arvioida journalismin luotettavuutta yleensä, kun käsite journalismi on niin epäselvä. Jos esimerkiksi aikakaus- ja Seiskan tyyppiset ”viihdelehdet” lasketaan mukaan journalismiin, luottamus vähenee. Tämä määrittelyongelma on läsnä yleisestikin aina, kun luottamusta mediaan tai journalismiin mitataan (ks. luku 2.1.3).

Tästä syystä onkin mielenkiintoista tarkastella, millaisia luotettavuusarvosanoja bloggaajat antoivat tietyille, nimeltä mainituille uutisorganisaatioille. Erittelyn kohteena oli 8 suomalaista uutisorganisaatiota, joista tosin kaksi (oman alueesi maakuntalehti ja oman alueesi paikallislehti) ei viittaa yhteen tiettyyn organisaatioon, vaan organisaatiotyyppiin). Luottamusta erittelevät vastaukset on koottu alla olevaan kaavioon (KUVIO 8).



KUVIO 8 Bloggaajien luottamus kahdeksaan eri uutisorganisaatioon.

Kuten kuvioista on nähtävissä, Yle Uutiset, Helsingin Sanomat ja STT:n uutiset ovat luottamuslistan kärjessä. Kun lasketaan yhteen bloggaajat, jotka ilmoittavat luottavansa näihin medioihin erittäin paljon tai melko paljon, kaikkein luotetuin uutisorganisaatio on niukasti Yle-uutiset (29 vastaajaa pitää erittäin tai melko luotettavana). Kakkossijalle

tulee HS (27) ja kolmosijalle STT:n uutiset (26). Jumbosijaa pitävät Ilta-Sanomat ja Iltalehti, joihin ”vain vähän” tai ”ei lainkaan” luottaa 22/21 bloggaajaa.

Kansalaisten luottamusta mediaan selviteltiin Suomessa laajasti vuonna 2007 Helsingin yliopiston tutkijoiden toimesta (Karppinen et al. 2010). Tuolloin kyselyyn vastaajia oli 1004, ja he muodostivat edustavan otoksen suomalaisista. Tutkimuskyselyssä käytettiin samanlaista eri uutisorganisaatioita koskevaa luottamusmittaria kuin tässä opinnäytteessä. Edellä mainitun ja tämän opinnäytetyön tuloksia on mielenkiintoista verrata.

Yleisesti ottaen suomalaisten luottamus eri uutisorganisaatioita kohtaan on suurempi kuin tämän tutkimuksen bloggaajien luottamus. Ero on nähtävissä erityisesti nk. laatumedioiden kohdalla. Esimerkiksi Ylen uutisiin luottaa erittäin paljon lähes puolet (44%) suomalaisista, kun taas bloggaajista niihin luottaa erittäin paljon vain kolmannes. STT:n uutisten kohdalla tilanne on samanlainen. MTV3:n uutisia suomalaiset pitävät huomattavasti luotettavampana kuin bloggaajat. Vastaavasti ”vain vähän” kyseisiin uutisorganisaatioihin luottavia on bloggaajien joukossa enemmän kuin valtaväestön joukossa. Iltapäivälehdistön kohdalla luottamusjakauma on symmetrisempi. (Karppinen et al. 2010, 95).

Kansalaisten luottamusta eri uutisorganisaatioihin mitattiin myös joulukuussa 2013 (Suomen Kunnallisalan kehittämissäätiön kysely, vastaajia yli 1000, virhemarginaali 3%). Tällöin Ylen televisiouutisiin, STT:n tietotoimiston uutisiin sekä Ylen radiouutisiin ilmoitti luottavansa erittäin tai melko paljon yli 80% suomalaisista. Sen sijaan Helsingin Sanomien uutisointiin luotti suomalaisista vain 66%, tosin pääkaupunkiseudulla siihen luotti 78% vastaajista. Oman maakunnan ykköslehden uutisointiin luotti keskimäärin 62% vastaajista, paikallislehden 55% vastaajista. Tässä vertailussa bloggaajat luottavat Yleen yhtäläisesti valtaväestön kanssa, STT:oon vähemmän ja HS:iin saman verran kuin pääkaupunkiseutulaiset. Helsingin Sanomia kohtaan tunnettu luottamus kertoo siitä, että bloggaajat tuntevat HS:n ja lukevat sitä ahkerasti: tämän osoittaa myös bloggaajille tehty tutkimuskysely, jossa HS mainitaan kaikkein seuratuimmaksi mediaksi. Omaan

maakunta- ja paikallislehteen luottaa vain kolmannes bloggaajista, kun valtaväestön joukossa luottamusta tuntee yli puolet vastaajista. Bloggaajien kaiken kaikkiaan vähäisempi luottamus uutismedioihin ei ole välttämättä journalismikritiikkiharrastuksen seuraus, vaan pikemminkin syy. Kun journalismin epäkohtia huomaa tarpeeksi usein, se ajaa kirjoittamaan niistä.

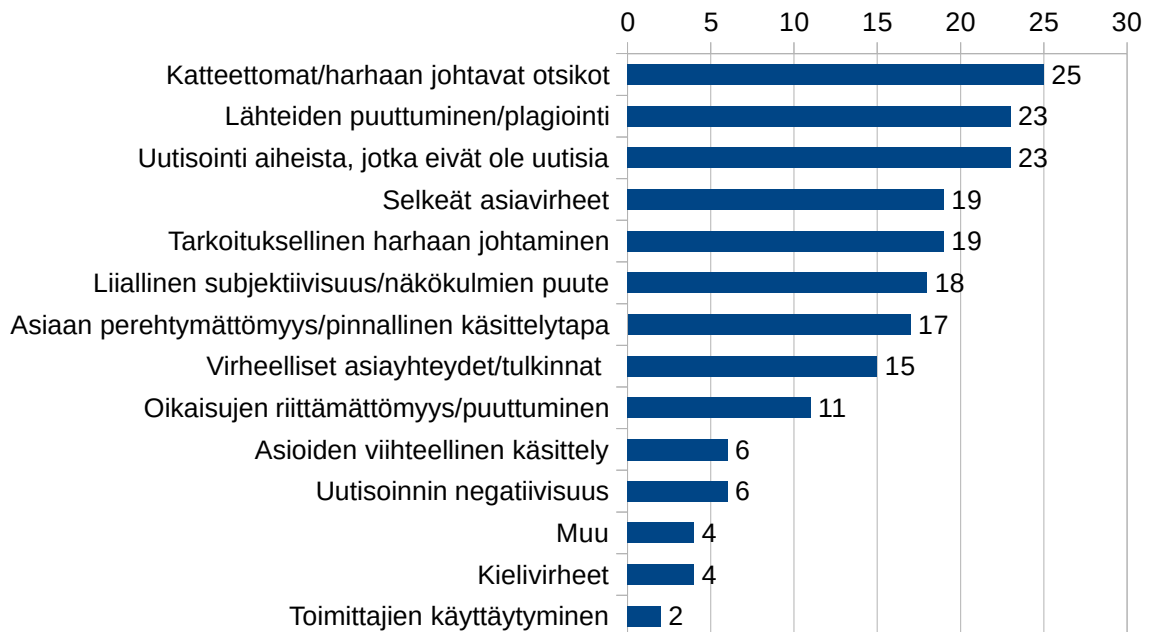
Mielenkiintoinen huomio on myös se, että bloggaajien joukossa ei ollut ketään, joka ei olisi osannut ilmoittaa kantaansa luottamuskyseilyssä (poikkeuksena Iltalehti). Sen sijaan Karppisen ym. (2010) kyselyssä ”en osaa sanoa/en tunne” -vaihtoehdon valitsi valtaväestöstä Helsingin Sanomien kohdalla jopa 21 prosenttia vastaajista, STT:n kohdalla taas 8prosenttia vastaajista. Ylen ja MTV3:n kohdalla luvut ovat pienemmät (1/2 %). (Ibid. 95)

Nämä erot kertovat siitä, että bloggaajat viettävät paljon aikaa joukkoviestimien parissa ja tuntevat ne hyvin. Tästä saatiin viitteitä myös Vainikan ym. (2013) tutkimuksessa, joka koski sosiaalisen median aktiivikäyttäjiä. Tämä tekee bloggaajien journalismikritiikistä varteenotettavaa, onhan kyse uutistenkuluttajien asiantuntijoista.

Mikä sitten haavoittaa ihmisten luottamusta journalismiin? Bloggaajien vastauksissa tässä suhteessa vaarallisimpia virheitä ovat harhaanjohtavat tai katteettomat otsikot, lähteiden puuttuminen tai suoranainen plagiointi sekä ”näennäisjournalismi”, jossa uutisia tehdään aiheista, jotka eivät ole uutisen arvoisia. Alla olevaan taulukkoon on koottu bloggaajien vastaukset monivalintakysymykseen, jossa vastaajat saivat valita 14 vaihtoehdosta korkeintaan viisi tärkeintä.

Mikä haavoittaa luottamusta eniten

Kun vastaajia on 36



KUVIO 9 Bloggaajien vastaukset kysymykseen, ”mitkä asiat mielestäsi eniten haavoittavat ihmisten luottamusta journalismiin”.

Vastaukset luottamuksen rikkoutumisesta asettuvat mielenkiintoiseen yhteyteen blogiaineiston määrällisen analyysin tulosten kanssa. Merkittäviä eroja löytyy esimerkiksi suhteessa plagiointiin: Kyselyssä plagiointi nousee toiseksi tärkeimmäksi luottamuksen rikkojaksi, kun taas blogiaineistossa lähteiden puuttumista ja/tai plagiointia kritisoitiin vain 3 prosentissa analyysiyksiköitä. Toisaalta tutkimuskyselyssä otsikointi nousee kaikkein tärkeimmäksi luottamuksen rikkojaksi, kun taas blogiaineistossa otsikkokritiikkiä esitettiin viidenneksi eniten. Myös asiavirheet ja oikaisujen puuttuminen nousevat tutkimuskyselyssä tärkeämmiksi aiheiksi kuin blogiaineiston analyysin perusteella voisi olettaa. Toimittajien huonoa käyttäytymistä ei kyselyssä pidetty merkittävänä ongelmana, mutta blogiaineistossa siihen tarttuu yllättävän moni.

Tietenkään valmiiksi strukturoitu kysymys luottamuksen rikkoutumisesta ja blogiaineistosta erotetut kritiikkiluokat eivät ole symmetrisiä, eikä niiden antamia tuloksia voi suoraviivaisesti yhdistää. Valistuneita arvauksia voi silti tehdä: kun esimerkiksi plagiointia pidetään vakavana rikkeenä, ja silti blogeissa vain harva tarttuu aiheeseen, voidaan olettaa, että bloggaajat törmäävät plagiointiin suhteellisen harvoin.

Toiseksi: Siinä missä blogiaineiston perusteella asiavirheitä ja oikaisujen puutteita ei pidetä journalismin pahimpana virheenä, tutkimuskyselyn perusteella näiden virheiden vakavuutta ei voi ohittaa. Painotusero saattaa johtua siitä, että blogiaineistossa asiavirhekritiikki ”hukkuu” usein muiden kritiikinlajien alle. Kolmanneksi: sekä blogiaineiston että tutkimuskyselyn perusteella ihmiset ovat hyvin kyllästyneitä klikkejä hamuavaan otsikointiin ja näennäisiä uutisia (=kohuja) koskevaan uutisointiin. Tätä viestiä toimittajien ei enää kannattaisi ohittaa.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli piirtää kokonaiskuva suomalaisten blogien journalismikriitikistä. Tutkimuksella etsittiin vastauksia kysymyksiin millaisia journalismikriittisiä blogeja suomalaisesta blogosfääristä löytyy, mitä niissä kritisoidaan, kuka niitä kirjoittaa ja paljonko niillä on lukijoita. Tutkimuksessa kysyttiin myös, millainen merkitys blogeilla on journalismikriittisessä keskustelussa; olisiko niillä antaa journalismille eväitä murentuvan luottamuksen vahvistamiseen ja murroksesta selviämiseen. Tässä luvussa opinnäytetyön tuloksia pohditaan sekä tutkimuskysymysten että aiemman tutkimuksen valossa.

Bloggaajille tehdyssä tutkimuskyselyssä vastaajia pyydettiin ideoimaan, miten nykyisenkaltaista journalismia voisi parantaa. Vastaukset luovat ikään kuin yhteenvedon bloggaajien ja heidän blogiensa journalismikriitikistä, ja siksi ne sopivatkin pohdintaosion alustukseksi.

Palataan juurille: perehdytään jutun aiheeseen kunnolla, käytetään asiantuntija-apua - ja tähän liittyen pyritään etsimään myös muita lähteitä kuin ns. päivystäviä dosentteja, vaikka he päteviä asiantuntijoita olisivatkin. Toisaalta toisin kuin aiemmin, nykyään myös avoimuus on tärkeää. Jos luottamus on katoamassa, kerrotaan lähteet ja annetaan lukijoiden varmentaa toimittajan näkemys.
[Mies, 35-39]

Yllä olevan esimerkin mukaan bloggaajien kaksi johtoajatusta journalismin parantamisessa ovat

- 1) Tarpeellisten resurssien antaminen toimitustyöhön.
- 2) Journalismin avoimuuden ja keskustelevuuden lisääminen.

Ensin mainittu tarkoittaa tietysti aikaa, rahaa ja keskittymistä olennaiseen, jälkimmäinen taas toimittajien omien lähtökohtien ja arvopohjan sekä journalistisen prosessin esilletuomista sekä monisyistä yhteydessä olemista journalismin eri sidosryhmiin.

Näillä keinoin journalismin laatu paranee, ja yleisön luottamus ja sitoutuminen siihen kasvaa. Logiikka on yksinkertainen:

[M]ediatalot voisivat [---] panostaa laadulliseen uutisointiin. Lukijat tulevat paikalle kunhan näkevät panostuksen. [mies, 25-29]

Seuraavissa alaluvuissa pohditaan bloggaajien esittämää kahta journalismin parannusehdotusta sekä journalismin laatuksymystä niin tutkimustulosten kuin aiemman tutkimustiedonkin pohjalta. Ensin kuitenkin luodaan katsaus suomalaiseen blogosfääriin.

5.1 Journalismikriittinen blogosfääri on ohut

Suomalainen journalismikriittinen bloggaaja on tyypillisesti keski-ikäinen, korkeakoulutettu, viestintäalalla työskentelevä mies. Usein bloggaajalla on kytköksiä toimittajan ammattiin joko koulutuksen, työhistorian tai osa-aikaisen freelance-toimittamisen myötä. Tämä pelkistys perustuu tutkimuskyselyyn vastanneiden bloggaajien antamiin tietoihin (luku 4.1). Tyypillisen journalismikriittisen bloggaajan kuva eroaa jonkin verran tyypillisen suomalaisen bloggaajan yleiskuvasta: Matikaisen tutkimuksen (2009, 20) mukaan suurin osa suomalaisista bloggaajista on naisia (85%) ja lähes puolet (41%) nuoria.

Journalismikriittiset bloggaajat ovat kiinnostuneita journalismista paitsi oman taustansa takia, myös sen takia, että journalismi kytkeytyy niin moniin asioihin yhteiskunnassa. Usein journalismikritiikki syntyy ikään kuin vahingossa yhteiskuntakritiikin kylkiäisenä. Moni bloggaaja kirjoittaa enimmäkseen itseään kiinnostavista aiheista/harrastuksista/työstä; journalismikritiikki astuu kuvaan silloin, kun näitä aiheita käsitellään (huonosti) mediassa. Bloggaajat kokevat, että koska journalismilla on valtaa, se tarvitsee vartijoita. Näiden vartijoiden tehtävänä on toisaalta tukea kritiikillään

laadukasta journalismia tai antaa eväitä sen kehittämiseksi edelleen, ja toisaalta nostaa esiin huonon journalismin virheitä ja puolueellisia tuotoksia. Samalla halutaan kasvattaa ihmisten medialukutaitoa.

Journalismikriittisten blogien määrä suomalaisessa blogosfäärissä on vähäinen. Suomen kattavimmasta blogilistauksesta löytyi tämän tutkimuksen aineistonkeruun hetkellä n. 45 aktiivista, journalismikriittistä blogia. Tuolloin Blogilistalla oli yhteensä n. 54 000 blogia. Näin ollen aktiivisten, journalismikriittisten blogien osuus kaikista blogeista oli 0,08 prosenttia. Mikäli pidetään luotettavana sitä arviota, että Suomessa oli vuonna 2012 n. 200 000 bloggaajaa (ks. luku 2.3.2), tarkoittaa se sitä, että heistä journalismikriittisiä bloggaajia olisi 0,08 prosentin suhteella kaikkiaan 167. Tämä on tietysti vain valistunut arvaus, koska tarkkaa blogistatistiikkaa ei yksinkertaisesti ole saatavilla. Pitkällisen aineistonkeruun perusteella tämä arvio vaikuttaa kuitenkin relevantilta.

Journalismikriittisen blogosfäärin ohuus on saanut varovaista huomiota myös tutkimuskirjallisuudessa. Heikkilä (2011, 18) arvioi, että mediakriittisen bloggaamisen vähyys voi johtua toisaalta siitä, että uutismedian ja blogien välille ei ole Suomessa syntynyt hedelmällistä vastakkainasettelua, ja toisaalta siitä, että Suomessa blogit eivät yleensäkään ole yhteiskuntakriittisesti motivoituneita. Jälkimmäisen huomion tekee myös Matikainen (2009, 29), joka toteaa, että blogit ovat sekä kirjoittajille että lukijoille pääasiallisesti viihdettä.

Tämä ei silti tarkoita sitä, etteikö verkossa olisi journalismikriittistä keskustelua. Päin vastoin, journalismikriittinen keskustelu pulppuilee vuolaana erilaisilla keskustelufoorumeilla ja verkkolehtien kommenttipalstoilla (esim. Vesa 2010, Vainikka et al. 2013). Kysymys kuuluu, miksi tämä kritiikki ei jalostu sen useammin blogeiksi asti. Onko kyse siitä, että bloggaaminen ilmiönä on jo menneen talven lumia vai siitä, että analyyttisen ja uskottavan blogikirjoituksen laatiminen on huomattavasti työläämpää kuin keskustelupalstoilla ”huuteleminen”?

Tämän tutkimusaineiston bloggaajista useampi mainitsee journalismikritiikkinsä

yhdeksi syyksi juuri sen, että sitä tehdään Suomessa niin vähän. Omalla blogilla täytetään tätä ”yhteiskunnallista tyhjiötä” (mies 40–49 vuotta) ja pyritään käymään (itse)kriittistä keskustelua toisten viestintäalalla olevien ihmisten kanssa. Useat bloggaajat ottavat esille sen, että journalismikritiikkiä pitäisi harrastaa enemmän nimen omaan ammattikunnan sisällä. Oman mediatalon ja toimittajakollegoiden työn arvostelu on kuitenkin arkaluonteista puuhaa, eikä siihen ole helppoa ryhtyä omassa blogissakaan. Itse asiassa kansainväliset mediarytykset, kuten CNN ja Time, ovat jopa rajoittaneet tai kieltäneet kokonaan toimittajien henkilökohtaiset blogit toimituksellisen puolueettomuuden nimissä (Heinonen & Domingo 2009, 80). Suomessa tällaisesta sensuurista ei ole ainakaan avointa tietoa, mutta mediatalojen sisäisiä toimittajablogeja määrittää joka tapauksessa usein varovaisuus ja (itse)sääntely (ibid.). Tätä arviota vahvistaa se aineistonkeruun aikana tehty huomio, että mediatalojen omissa toimittajablogeissa journalismikritiikki loisti poissaolollaan. Tämä oli yksi syy siihen, miksi toimittajien ”työblogit” rajattiin aineiston ulkopuolelle (tarkemmin luvussa 3.2.1).

Vaikka journalismikriittisten blogien lukumäärä on vähäinen, niiden merkitystä journalismikriittisessä keskustelussa ei voi väheksyä. Ensinnäkin blogeja luetaan paljon, vaikka niittää kirjoittaakin harva: kaikista suomalaisista 38 prosenttia ja alle 45-vuotiaista yli puolet lukee blogeja ainakin ajoittain (Tilastokeskus 2013). Näistä lukijoista uutisia ja politiikkaa koskevat blogit keräävät suuren osan (Heinonen & Domingo 2009, 74). Myös tämän tutkimuksen blogeista osalla on huomattavan paljon lukijoita: viidellä blogilla on oman ilmoituksensa mukaan 5000–15 000 lukijaa kuukaudessa, ja kolmella blogilla yli 20 000 lukijaa kuukaudessa. Myös suosituimpien blogikirjoitusten jaot sosiaalisessa mediassa puhuvat journalismikritiikin laajasta huomiosta: 14 prosenttia blogikirjoituksista (N=141) jaettiin sosiaalisessa mediassa satoja, jotkut jopa toista tuhatta kertaa. Esimerkiksi Ylen verkkosivuilla vain kaikkein suosituimmat jutut keräävät huomattavasti tätä enemmän jakoja sosiaalisessa mediassa (Uutisten viikon luetuimpien listassa vain viidellä jutulla oli yli 1000 jakoa Facebookissa/tilanne 6.10.2014.)

5.1 Hitaampi askel, syvällisempi ote

Vaikka tutkimusaineistossa esitetyn journalismikritiikin kärki on tietysti terävä ja monella tapaa negatiivinen, se ei ole kritiikin koko kuva. Bloggaajat toteavat monin eri tavoin, että Suomessa kyllä osataan tehdä hyvää journalismia, jos siihen annetaan aikaa ja mahdollisuuksia. Toisaalta näitä ylellisyyksiä nähdään olevan jaossa koko ajan vähemmän:

Toimittajilla on yleensä kriittisen ajattelun kykyä mutta liian vähän aikaa kehittää omaa ajatteluaan raporttoimassaan asiassa ja luoda monipuolista katsausta ilmiöön. [Mies, 35-39]

Journalismiin pitäisi satsata enemmän, aikaa ja ihmisiä. Toimittajille pitäisi jäädä aikaa yllätyksille, penkomiselle ja haahuilulle. Tehdasmaiseksi muuttunut toimitustyö ei suosi laajempaa ymmärrystä. Hyvä toimittaja ei enää ole sellainen, joka penkoo, vaan sellainen, joka tekee kiltisti sen, mitä käsketään. [Mies, 25-29]

Bloggaajien havainnot toimituksellisten resurssien vähenemisestä ovat yhtäpitäviä journalismitutkimuksen kanssa. Vaikka Suomessa journalismin taloudellinen kriisi ei ole yhtä piinallinen kuin USA:ssa, mediatalot ovat reagoineet levikkilaskuun ja pienentyneihin mainostuloihin samalla tavoin kuin yhdysvaltalaiset kollegansa: vähentämällä toimittajia ja teettämällä samat työt aiempaa pienemmällä henkilöstöllä (esim. Vehkoo 2011, 22–34). Tämä johtaa väistämättä journalismin laadun heikkenemiseen, mikä karkottaa tilaajia entisestään. Kyseessä on kuolemankierre, joka Yhdysvalloissa on jo suurin osin totta, ja Suomessakin jollakin aikataululla, mikäli kehityksen suuntaa ei olennaisesti muuteta (Ibid.).

Myös yksittäisten toimittajien autonomian kaventuminen on tullut tutkimuksissa esille (Nikunen 2011). Kun toimitusten väkeä on irtisanottu, päälliköiden vetovastuu on kasvanut. Yksittäisen toimittajan osaksi on jäänyt tehdä ”enemmän vähemmällä”, mikä käytännössä on tarkoittanut uusien teknologioiden haltuunottoa ja samojen uutisten versioimista useille julkaisualustoille, mikä taas on lisännyt kiirettä ja vähentänyt

mahdollisuuksia asioihin perehtymiseen. Myös tuore raportti suomalaisista toimittajista (Pöyhtäri et al. 2014, 27) kertoo, että käytössä olevat resurssit ja aikarajoitukset käytännössä ratkaisevat sen, millaista journalismia toimittajilla on (toimituksellisen linjan puitteissa) mahdollista tehdä. Myös edellinen selvitys toimittajien kokemuksista (Jyrkiäinen 2008) antoi samanlaisen tuloksen. Tässä tutkimuksessa (Ibid. 50) toimittajista 64 prosenttia uskoi journalistien itsenäisyyden ja autonomisuuden vähentyvän edelleen.

Vaikka työolosuhteet ja -resurssit ovat kiistämättä huonontuneet, toisaalta bloggaajat huomauttavat, että myös toimittajien omissa asenteissa on parantamista:

Ei mennä siitä mistä aita on matalin vaikeissakaan aiheissa eli oteta luuria heti käteen ja vedetä juttua ensimmäisen satunnaisen "aasintuntijan" suusta. Sen sijaan perehdytään aiheeseen ihan itse ja sitten, kun jotain tiedetään, mennään paremmin kysymyksiin sen aasintuntijan jos toisenkin pakeille. [Mies, 50-59]

Jyrkiäisen (2008, 50) tutkimus toimittajien itseymmärryksestä ei lupaa hyvää: jopa 60 prosenttia toimittajista uskoo, että journalismin kriittisyys ja analyttisyys vähenee tulevaisuudessa. Johtui tämä sitten resurssien puutteesta tai asenneongelmasta, kehityskulku vaikuttaa vääjäämättömältä. Bloggaajien mukaan asennemuutosta tarvittaisiin myös suhteessa omaan ammattitaitoon. Tervettä itsekriittisyyttä, alan sisäistä journalismikritiikkiä sekä toimittajuuden uudelleenmäärittelyä peräänkuuluttaa avoimessa vastauksessa useampi bloggaaja. Tällaisen ammatillisen itsekritiikin foorumia ei Suomesta koeta löytyvän.

Millaisia ratkaisuja bloggaajilla on tarjota journalismin taloudellisen kriisin ja resurssien lisäämisen väliseen paradoksiin? Vastaus on yksinkertaisesti tämä:

Esim. sanomalehti voisi ilmestyä harvemmin tai tv-uutislähetystä olla vähemmän, jotta lehteä / lähetystä ei tarvitsisi täyttää turhilla pikkujutuilla. Painopiste sähköuutisvirrasta oikeasti analyttisiin ja taustoittaviin juttuihin. [Nainen, 35-39]

Uutistulvasta hitaampaan journalismiin siirtymistä ehdotti pelkästään tämän kysymyksen kohdalla viisi bloggaajaa, jonka lisäksi yksi ehdotti printtitoiminnan täysimääräistä siirtymistä verkkoon. Lisäksi mainittiin erikseen, että jokaisen median kannattaisi keskittyä oman alansa asioihin; maakuntalehti maakunnan asioihin, puoluelehdet politiikkaan jne. Myös blogiaineistossa analysoitiin usein (10 %:ssa aineistoa) journalismin talouden ja rakenteiden muutosta. Blogeissa huomiota kiinnitettiin erityisesti siihen, että verkkojournalismia arvostetaan mediataloissa liian vähän ja sen tarjoamia mahdollisuuksia ei hyödynnetä lähellekään tarpeeksi. Kaiken kaikkiaan bloggaajien kritiikistä on luettavissa voimakas viesti siitä, että verkkojournalismin perusteellisella kunnian- ja kasvojenkohotuksella journalismi voisi astua ulos laatukriisistään ja tätä kautta myös saada takaisin menettämiään (printtilehden) lukijoita.

Laadun ja levikin riippuvuussuhde on tullut esiin myös tutkimuksessa. Esimerkiksi Tom Rosenstielin ja Amy Mitchellin mukaan (2004) mediayhtiön investoinnit toimitukseen kasvattavat tulosta varmemmin kuin esimerkiksi investoinnit ilmoitus- ja markkinointiosastoihin (Vehkoon 2011, 172 mukaan). Stephen Lacyn (2004) mukaan taas nousevat levikit ovat seurausta investoinneista toimitustyöhön, mutta levikin kasvu ei silti ole taattu lisäinvestoinnin tulos (Ibid. 173).

Bloggaajien näkemykset journalismin muutosvastahangasta ja kankeasta verkon omaksumisesta noudattelevat siis journalismitutkimuksessakin esitettyjä johtopäätöksiä. Esimerkiksi Vehkoo (2011, 35–38) suorii kovin sanoin suomalaisen printtimedian protektionismia ja muutosvastarintaa digitalisoitumiskehitystä kohtaan. Hänen mukaansa suomalaisilla mediataloilla on (vielä) sekä aikaa että rahaa yhtäaikaaisesti vaalia printtiä ja kehittää digiä, joten pelkästään digitaalisille alustoille siirtyminen ei ole välttämätöntä (Ibid. 31). Joka tapauksessa kehitystyölle on annettava mahdollisuus. Suurin muutospotentiaali piilee Vehkoon mukaan toimitusten sisällä: luovalle alalle hakeutuneet, usein kutsumusta tuntevat toimittajat haluavat kyllä kehittyä ja innovoida, jos työnantaja vain aidosti kuuntelee heidän ideoitaan ja

kunnioittaa heidän tarpeitaan (Ibid. 89–101).

5.2 Avoimuus luo luottamusta

Journalismin avoimuus ja keskusteleavuus on bloggaajien katsannossa monimutkainen ja osin ristiriitainenkin kokonaisuus. Yksinkertaisimmillaan journalismin avoimuus on mm. huolellista linkittämistä alkuperäisiin lähteisiin, jutun lähtökohtien ja jutuntekoprosessin auki kirjoittamista sekä mahdollisten korjausten näkyväksi tekemistä. Nykyisen kaltainen verkkojournalismi on bloggaajien mukaan kaukana tästä:

Nettilehtien "journalismi" mennyt pitkälti klikkausten keräämiseksi (esim. otsikossa ei sanota mitään järkevää), ulkomaisista lehdistä huonosti käännettyjä epäinformatiivisia listoja. Juttuja ei usein viitsitä oikaista ollenkaan, vaikka virheistä ilmoittaisi, joskus ne poistetaan kokonaan ilman jälkiä. Usein annetaan turhan paljon tilaa täysin marginaalisille huuhaajutuille. Kaikkein laadukkaimmissakin lehdissä on välillä todella pahoja rimanalituksia. [nainen, 30-34]

Paradoksaalista kyllä, nimenomaan internet ja verkkojournalismi antaisivat avoimuuteen loistavan tilaisuuden: verkossa alkuperäinen toimittajan käyttämä lähde on usein klikkauksen päässä ja tarvittaessa jutun yhteyteen voitaisiin ladata vaikka kaikki materiaali, jota toimittaja on jutussaan käyttänyt. Myös oikaisujen tekemiseen on määrättömästi tilaa: ei ole mitään syytä, miksei oikaisuja voitaisi laatia kaikkien taiteen sääntöjen mukaan.

Ongelma lienee siinä, että verkkojournalismi on koettu toimittajien keskuudessa kevyeksi ja nopeaksi uutistuotannoksi, kun taas perinteisen median ja erityisesti sanomalehden tehtävänä on nähty taustoittaminen ja pitempien uutisprosessien kuvaus (Nikunen 2011, 82). Toimituksissa on ajateltu, että nettilukijat ovat ”tyhmempiä” kuin printtilukijat, jolloin sanomalehden sisältö on netissä selvästi viihteellisempää kuin printissä (Vehkoo 2011, 42). On myös ajateltu, että nettiyleisön mielipiteellä ei ole niin

väliä, koska ”oikeat” yleisöt ovat printtimedian puolella (Laaksonen 2012, 63). Tällainen jako printin ja verkon välillä ei vastaa nykypäivää eikä maalaisjärkeä: Ensinnäkin verkon käyttäjäkunta ei ole enää oma erityinen porukkansa, jolle pitäisi tai voisi tarjota jotain muuta kuin suurelle yleisölle. Päinvastoin: suuri yleisö, se ”oikea” yleisö, on netissä, tosin huomattavan moni tilaa myös sanomalehteä ja katsoo televisiota. Toisaalta edellä kuvattu roolijako ontuu myös julkaisualustan osalta: juuri perinteisessä mediassa julkaisutila on hyvin rajallinen ja alusta muutoinkin kankea. Verkossa taas on kaikki ne ominaisuudet, mitä avoin, laadukas ja taustoittava journalismi tarvitsee (ks. Heikkilä 2013, 18–19).

Avoimuutta ovat myös uudenlaiset, kaksisuuntaiset polut journalismin ja yleisön välillä. Ensinnäkin tarvitaan kunnollisia palautekanavia ja toimittajille halua vastata saamaansa palautteeseen. Lisäksi tarvitaan uusia yhteistyömuotoja journalistiseen sisällöntuotantoon. Digitaalisessa ympäristössä siihen on yllin kyllin mahdollisuuksia; Joukkoistaminen ja fact checking ovat tästä hyviä esimerkkejä. Brittilehti Guardianin kymmenen teesiä (lainauksessa teesit 4, 5, 6 ja 10) journalismin avoimuudesta toimivat tienviittoina ”molemminpuoliseen” journalismiin:

[Journalismi] auttaa muodostamaan yhteisöjä aihepiirien, ongelmien tai yksilöiden ympärille. Se on avoin verkkoon päin ja osa sitä. Se linkittää muualle ja tekee yhteistyötä muiden kanssa. Se kokoaa tai tukee muiden työtä, tai tekee molempia. (– –) Se on läpinäkyvää ja avointa korjauksille, selvennyksille ja lisäyksille. (Vehkoo 2011, 69)

Uudenlainen vuorovaikutus yleisöjen kanssa ei kuitenkaan innosta toimittajia (esim. Heikkilä 2013; Fengler et al. 2013; Heikkilä 2011). Heikkilä (2011, johdanto) toteaa, että vaikka uutisten tuottajien ja käyttäjien välistä dialogia kannatetaan periaatteessa, käytännön sovellukset dialogista puuttuvat. Nykytoimittajien ammatti-identiteettiä tutkineen Nikusen (2011, 70) mukaan kansalaisten itse tuottamat sisällöt näyttävät joskus uhkana ammattijournalismille; ammatillisin ja amatöörivoimin tehdyn sisällön rajan ei haluta hämärtyvän. Nikunen toteaaakin (Ibid. 82), että verkkojournalismin osallistavaa ulottuvuutta on hyödynnetty toimituksissa vähän, mikä ilmentää toimittajien

pyrkimystä pitää kiinni rajasta yleisön ja uutismedian välillä.

Onkin selvää, että antautuminen aivan uudenaikaiseen keskusteluyhteyteen yleisön kanssa vaatii sekä rohkeutta vastaanottaa kritiikkiä että kykyä itsekritiikkiin. Kritiikin alle antautuminen voisi uhan sijasta olla myös mahdollisuus: mikä voisi paremmin kehittää toimittajan ammattitaitoa kuin kriittinen palaute? Puhumattakaan niistä journalistisista ulottuvuuksista, joita suurten ihmismäärien organisointi journalismin palvelukseen antaisi.

5.3 Uusi objektiivisuus

Keskusteluyhteyttä ja kritiikinsietokykyä vieläkin vaikeaselkoisempi kehitystehtävä on journalismin arvopohjan muuttaminen, jota bloggaajat määrätietoisesti peräänkuuluttavat. Journalismin vanhat ihanteet; tasapuolisuus, neutraalius ja objektiivisuus; näyttäytyvät moniarvoisessa yhteiskunnassa yllättävän ongelmallisina. Moni bloggaaja näkisi mielellään rohkeammin kantaa ottavaa journalismia.

Ongelma ehkä kiteytyy siinä, että journalismi koetaan raportoinniksi eikä keskusteluun osallistumiseksi, jolloin kritiikki, erimielisyys ja kantojen ottaminen koetaan kaikki riskiksi. Keskusteleva journalismi ei olisi lehden täyttämistä "näin ajattelin tänään"-kolumneilla tai sitten kärjistäen palkkaamista vieraileviksi kirjoittajiksi, vaan asioista otettaisiin selkoa ja siitä käynnistettäisiin keskustelu. Pitäisi päästä eroon konsensus-Suomen yhden totuuden ajattelusta kohti nykyaikaista keskustelevaa yhteiskuntaa, jossa on sallittua olla montaa mieltä kunhan pystyy ajatuksensa tolkkullisesti esittämään. [Mies, 35-39]

Bloggaajien mukaan toimittajien kuuluisi tunnistaa ja tunnustaa ”oma ideologinen kotipesänsä” ja tehdä pesäero objektiivisuuden ja neutraaliuden ideaaleihin. Subjektiivisuuden tunnustaminen johtaisi yhteiskuntakriittisempään otteeseen, jossa ”naiiville” objektiivisuudelle tai tasapuolisuudelle ei tarvitsisi antaa tilaa.

Kun kohdataan esimerkiksi fasismia ja avointa vihanlietsontaa erilaisuutta kohtaan kuvitellaan objektiivisuuden vaativan sitä että tullaan vihanlietsojia ikään kuin puoleenväliin vastaan eikä sanota esimerkiksi rasismia rasismiksi, ja vaietaan poliitikkojen yhteyksistä uusnatseihin. [mies, 30-34]

Pyrkimys naiiviin objektiivisuuteen jossa kreationisti ja tiedemies ovat samanarvoiset keskustelijat, ja rasismi ja vihanlietsonta on "maahanmuuttokritiikkiä", tuhoaa journalismia. Tulee pyrkiä ymmärtämään asioihin ja ilmiöihin liittyviä taustoja ja sidonnaisuuksia, kysyä kenen annetaan puhua ja kenet vaiennetaan, ja ylipäänsä minkälaista sosiaalisesti rakentuvaa todellisuutta luodaan omalla toiminnalla. [Mies, 30-34]

Vaikeaselkoiseksi tämän kritiikin tekee se, että toisaalla tutkimusaineistossa arvostellaan kovin sanoin journalismin puolueellisuutta, tarkoituksellista harhaan johtamista ja toimittajan omien tarkoitusperien ajamista. Vaikuttaa siltä, että kun arvolutuneita aiheita käsitellään journalismissa, tuotokset koetaan onnistuneiksi tai epäonnistuneiksi sen mukaan, mikä on lukijan/katsojan oma arvopohja. Maanpuolustusta koskeva uutisointi on hyvä esimerkki. Kun jutussa haastatellaan puolustusvoimien edustajaa ja kainalojuttuun on mahdutettu pieni maininta aseistakieltäytyjän näkökulmasta, journalistinen objektiivisuus on turvattu. Maanpuolustusmyönteisen lukijan näkökulmasta kainalojuttu on turha/provosoiva, kun taas aseistakieltäytyjän mielestä tämä näkökulma on esitetty liian marginaalisesti, jolloin toimittaja tukee työllään vallitsevaa totuutta ja status quota. Mutta miten tämä juttu muuttuisi paremmaksi, jos objektiivisuuden rituaali hylättäisiin? Jos toimittaja valitsisi näkökulman ja haastateltavat omien arvojensa mukaan, ja ottaisi näin kantaa yhteiskunnalliseen keskusteluun?

Tässä onkin tämän tutkimuksen oudoin ja samalla hedelmällisin ristiriita: Jos kerran objektiivisuus ja neutraalius ovat vanhentuneita arvoja, mitä tilalle? Millaista voisi olla laadukas journalismi, joka on yhtä aikaa *sekä* tekijöidensä arvoihin ja maailmankatsomukseen sidonnaista *että* tasapuolista, kaikki näkökulmat huomioon

ottavaa? Eräs bloggaaja tekee ehdotuksen:

Toimittajille pitäisi antaa riittävästi aikaa työhönsä, freelancereiden palkkioita pitäisi nostaa, toimittajiksi pitäisi nostaa massiivisesti monipuolisemmin erilaisia ihmisiä (eri etnisyyksiä, luokkia, sukupuolia jne.) ja jokaisen toimittajan pitäisi hioa yhteiskuntakriittisempää kulmaa työhönsä. [Mies, 25-29]

Yhteiskuntakriittisen ja aktiivisen mielipidevaikuttajan rooli ei kuitenkaan kovin hyvin istu suomalaiseen journalistiseen kulttuuriin. Vastikään valmistunut raportti journalistien itseymmärryksestä (Pöyhtäri et al. 2014, 9–10) osoittaa selvästi, että journalistit kokevat edelleen tiedottamisen olevan toimittajan tärkein tehtävä (91% pitää riippumattoman tarkkailijan roolia ”hyvin” tai ”erittäin” tärkeänä). Hyvienkään asioiden ajaminen ei ole toimittajien mielestä kovin tärkeää (yhteiskunnallisten muutosten ajamista piti tärkeänä 31%). Päinvastoin: poliittisen agendan rakentaminen nähtiin suorastaan epämiellyttävänä (53% pitää ”ei kovin” tai ”ei lainkaan” tärkeänä).

Tutkimusaineiston bloggaajat mainitsevat, että varovaista muutosta on kuitenkin ilmassa:

Toistaiseksi vielä vahvassa istuva objektiivisen journalismin ihanne johtaa siihen, että journalismi tyytyy välillä olemaan poliitikkojen, asiantuntijoiden, taloudellisten toimijoiden jne äänitorvi. Miten ääneen pääsevät sitten valikoituvat, riippuu usein varsin banaaleista inhimillisistä tekijöistä. Journalismiin on toisaalta pyritty viime aikoina tuomaan mukaan myös enemmän subjektiivisia näkökulmia ja tekijöiden analyyseja aiheista. Näen tämän vahvuutena, tosin juuri tässä rakentava journalismikritiikki on äärimmäisen tärkeää aivan samalla tavalla kuin asiantuntijalausuntojakin tulee arvioida subjektiivisina mielipiteinä eikä niinkään minään yleisinä totuuksina. [mies, 20-24]

Oman lisämausteensa toimittajuuden roolien uudelleenmäärittelyyn tuo sosiaalinen media, jossa toimittajat yhä enemmän vaikuttavat. Verkottuminen, someroolin rakentaminen ja seuraajien hankkiminen on journalisteille yhä tärkeämpää (esim. Vainikka et al. 2013). Sosiaalisen median pelisäännöt ovat kuitenkin erilaiset kuin

perinteisen journalistisen kentän. Siinä missä perinteisen toimittajan on tärkeää säilyttää sitoutumattomuutensa ja ulkopuolisen roolinsa koskemattomana, uskottavan sometoimittajan täytyy osallistua, ottaa kantaa ja vaikuttaa keskusteluihin ja näin ansaita oma asemansa nettiyhteisöissä. Nettikeskusteluja sivusta tarkkaileva ja ”skuppeja metsästävä” toimittaja koetaan ”lurkkaajaksi” eli ikäväksi sisältöjenanastajaksi, joka käyttää toisten tuottamaa aineistoa omaan tarkoitukseensa, usein jopa epäoikeudenmukaiseksi tulkitussa yhteydessä (Vainikka et al. 2013, 40–42).

Aktiivisen ja osallistuvan someroolin luominen on kuitenkin toimittajille ristiriitainen ja vaikea tehtävä. Ensinnäkin siihen on työpäivien puitteissa liian vähän, jos ollenkaan, aikaa (Ibid.). Lisäksi moni työnantaja toivoo toimittajien pidättäytyvän erilaisiin kannatusryhmiin liittymisestä: tämän nähdään heikentävän toimittajan uskottavuutta objektiivisena raportojana (Nikunen 2011, 76). Samaan aikaan toimittajilta kaivataan henkilökohtaisia näkemyksiä ja persoonallisuutta, joka nostaisi uutisen kiinnostavuutta ja toisi mediayhtiölle lisäarvoa (Ibid.) Yhdeksi ratkaisuksi ristiriitaan on tarjottu selkeitä työprofiileja, jossa toimittaja luo somerooliaan oman työnantajansa brändin (ja reunaehtojen) alla. Tämäkään ratkaisu ei ole ongelmaton. Usein sosiaalisessa mediassa parhaiten menestyvät toimittajat ovat nimenomaan luoneet itselleen henkilökohtaista ja ammatillista toimintaa yhdistävän profiilin. (Vainikka et al. 2013, 14)

Myös journalismintutkimuksessa pidetään edelleen yllä perinteistä käsitystä journalisteja ohjaavasta objektiivisuudesta ja neutraaliudesta. Esimerkiksi Kuutti ja Manninen (2013, 83) varoittavat toimittajia lähtemästä luonnehtimaan tai tulkitsemaan selvittämiään asioita ja niiden merkityksiä. Heidän mukaansa parempi vaihtoehto on yleensä kertoa asiat pelkästään faktoina, jolloin asioiden merkityksen arviointi jää yleisölle itselleen. Toisaalta ideaalista objektiivisuutta on kritisoitu paljonkin. Esimerkiksi Lehtinen (2013, 97) toteaa, että useiden tutkijoiden mukaan journalistien tulisi luopua totuuden etsimisestä ja keskittyä esittelemään erilaisia näkökulmia ja tulkintoja. Tässä ongelmana on se, että jos puolueettomuus ja tasapuolisuus asetetaan tavoitteiksi, kaikista näkemyksestä tulee samanarvoisia riippumatta siitä, mikä niiden totuusarvo on.

Tasapuolisuus tavoitteena nojaa virheelliseen oletukseen, että totuus nousee itsestään esiin kahden tai useamman toisistaan poikkeavan näkemyksen väliltä. Uutisagendan asettaa tällöin kovaäänisin ääriaines sekä eturyhmien ja vallankäyttäjien tiedottajat. (Lehtinen 2013, 98)

Vehkoon (2011, 50) mukaan tasapuolisella journalismilla on pitkät perinteet erityisesti Yhdysvalloissa, jossa toimittajat yleisesti ajattelevat, että riittää, kunhan asioista esitetään sekä demokraattien että republikaanien kanta. Englannissa ilmiötä kutsutaan ”he said, she said” -journalismiksi (Ibid.).

Kuutin ja Mannisen mukaan (2013, 83) journalistin ohjeet ovat tässä suhteessa väljät: Ne edellyttävät pelkästään, että totena kerrottavat tiedot pitävät paikkansa. Tietojen ei tarvitse olla olennaisia, käsiteltävästä asiasta ei tarvitse kertoa monipuolisesti, eikä tietojen tarvitse olla tyhjentäviä, vaan julkaistua juttua voidaan täydentää sitä mukaa kun asiasta saadaan lisää tietoa.

Tällainen sinänsä paikkaansa pitävien mutta kontekstia ja tulkintoja vailla olevien faktojen suoltaminen julkisuuteen ei kuitenkaan riitä tuottamaan laadukasta journalismia. Käsillä olevassa tutkimuksessa bloggaajat peräänkuuluttavat nimenomaan syvällistä, taustoittavaa analyysia yhteiskunnan ilmiöistä, niiden merkityksistä ja keskinäisistä suhteista. Tai, Lehtisen (2013, 95) sanoin: ”journalismilta halutaan luotettavia, uskottavia ja syvällisiä todellisuustulkintoja”. Johanna Vehkoo (2011, 181) taas asettelee faktat ja tulkinnat järjestykseen seuraavasti: ”Perusjournalismi vastaa totuudellisesti kysymyksiin mitä, missä ja milloin. Laatujournalismi pyrkii vastaamaan myös kysymyksiin miksi, miten ja mitä se merkitsee. Se asettaa uutisen kontekstiin.”

Mutta mikä on se ohjenuora, jonka varassa tällaista tulkitsevaa journalismia tehdään, jotteivät tulkinnat edustaisi vain yksittäisten toimittajien omia totuuksia?

Uusi objektiivisuus, ”Objektiivisuus 2.0”, on Lehtisen (2013, 101–102) mukaan asennetta ja käytäntöjä: se tarkoittaa toimittajan etäntymistä omista ennakkoluuloista,

valmiutta tutkia tietolähteitä kriittisesti, sekä avoimuutta todistusaineistolle ja epämieluisillekin vastaväitteille. Saatujen tietojen tulkinta on Lehtisen mukaan välttämätöntä, jotta yksittäisistä, todennetuista tosiasioista saa mielekkään journalistisen tuotteen.

Lehtinen esittelee objektiivisuuden menetelmän, jota toteuttamalla päädytään mahdollisimman totuudenmukaiseen tulkintaan maailmasta:

Siihen kuuluvat tiedon 1) hankkiminen, eli etsintä, valikointi ja arviointi, 2) testaaminen, eli todennus, epätodeksi osoitus, kritiikki ja johtopäätökset ja 3) esittäminen, eli kirjoitus, kuvaus ja twiittaus. [---] Oikeisiin [todellisuuden tulkintoihin] päästään kaivamalla esiin uusia asioita, tulkitsemalla niitä rationaalisesti sekä päätelemällä ja selittämällä ne ymmärrettävästi. Siitä syntyy journalismin luotettavuus, uskottavuus ja syvällisyys. (Lehtinen 2013, 103)

Ehkä tämän tutkimuksen bloggaajat etsivät objektiivisuuskritiikillään juuri tätä: hyvä journalismi ei esiinny totuutena (vanha objektiivisuus), mutta ei myöskään vetäydy tasapuolisuuden kuljissin taakse (relatiivinen objektiivisuus). Sen sijaan hyvä journalismi on *käytännölltään* objektiivista: uutta tietoa etsitään ja arvioidaan ennakkoluulottomasti, niiden vedenpitävyys todennetaan, minkä jälkeen tiedot kootaan mielekkääksi *tulkinnaksi*, joka tekee mahdollisimman hyvin oikeutta todellisuudelle.

Läpinäkyvyyden ja avoimuuden periaatteiden mukaisesti toimittajan tulkinta pitää olla avoimesti arvioitavissa. Tämä voi tapahtua silloin, kun jutussa käytetyt lähteet julkaistaan jutun yhteydessä, juttu avataan (teknisesti) yleisön kritiikille ja mahdolliset virheet korjataan viipymättä ja asianmukaisesti. Uudelle tasolle objektiivisuus nousee silloin, kun journalistinen prosessi avataan yleisölle jo alkuvaiheessa, jolloin asianosaiset ja muut asiantuntijat pääsevät etsimään, valikoimaan, arvioimaan, testaamaan ja arvioimaan juttuun käytettyjä tietoja ja niistä muodostettuja johtopäätöksiä.

5.4 Laatujournalismin tie – mihin se vie?

Kaiken kaikkiaan tämän tutkimuksen tulokset kertovat journalismin jakautumisesta kahteen tasoon; nopeaan, halpaan, pinnalliseen ja triviaaliin klikkijournalismiin sekä hitaaseen, taustoittavaan, ymmärrystä lisäävään laatujournalismiin. Bloggaajat näkevät journalismin edessä olevan ikään kuin kaksi tietä, josta toinen pitäisi valita. Molemmilla ei voi kulkea yhtä aikaa, niin kuin tällä hetkellä yritetään. Tai – mediamarkkinoiden tutkija Robert Picardin sanoin – lehtitalojen on päätettävä, ovatko ne halpalentoyhtiöitä vai hyvästä palvelusta tunnettuja laatuфирmoja; molempia ei voi saada (Vehkoon 2011, 167 mukaan).

Mitä kapeamman, hitaamman ja laadukkaamman tien valitseminen tarkoittaisi? Ainakin resurssien suuntaamista oleelliseen: tiedonhankintaan, asioihin perehtymiseen, yhä erilaisempien haastateltavien ja näkökulmien etsimiseen. Tämä voitaisiin saavuttaa harventamalla ilmestymiskertoja ja vähentämällä merkityksettömiä juttuja, luopumalla uutisvoittokilpailusta ja/tai siirtymällä painojulkaisuista kokonaan internetiin. Toisaalta lisäresurssia toimitustyöhön olisi saatavilla verkosta, jossa ovat niin vaihtoehtoiset sisällöntuottajat kuin journalismin tekemisestä kiinnostuneet median kuluttajatkin.

Laadun tielle astuminen edellyttää uudenlaista ymmärrystä internetin mahdollisuuksista ja sosiaalisesta todellisuudesta. Ymmärrystä tarvitaan ainakin kolmella taholla: mediatalojen taloudellisen johdon on ymmärrettävä, että netissä(kään) ei voi tehdä tulosta ilman panosta, eikä verkkojournalismin hyvyttä voi laskea pelkästään klikkauksissa. Toimitusten esimiesten on ymmärrettävä, että verkkotoimittajat tarvitsevat samalla tavalla työaikaa ja toimituksellista taustatukea kuin perinteisenkin median toimittajat; kaikkea käytettävissä olevaa journalistista ammattitaitoa tarvitaan myös internetissä. Toimittajien itsensä taas on karistettava sekä verkkojournalismia että sosiaalista mediaa koskevat ennakkoluulot ja väärät toimintatavat harteiltaan. Verkko ei ole pelkästään tulevaisuutta, vaan myös nykyisyyttä; sosiaalinen media ja ihmiset siellä taas ovat journalistien parhaimpia ystäviä ja pahimpia vihamiehiä – heidän kanssa on opittava toimimaan. Lisäksi toimittajien on löydettävä ja omaksuttava verkon tarjoamat

uudet journalistiset mahdollisuudet: linkittämisen, vuorovaikutteisuuden, visuaalisuuden, loputtoman julkaisutilan ja teknisesti notkean alustan mahdollisuudet. Tarvitaan siis verkkojournalismin totaalista kasvojenkohotusta, jonka kautta myös verkon kautta voidaan alkaa tehdä laadukasta – ja samalla tuottavaa – journalismia.

Avoimeksi jää kysymys siitä, pitäisikö tämän kapean tien journalismin olla korostetusti vanhojen journalististen arvojen mukaista; objektiivista, tasapuolista ja neutraalia, vai uudenaikaisesti keskustelevampaa, kantaa ottavampaa ja arvosidonnaisempaa kuin ennen. Ehkä molemmille tekemisen tavoille on tilansa.

Voi olla, että journalismi on matkalla juuri sinne, mihin bittiajassa kiinni olevat bloggaajat sille tietä viitoittavat. Voi olla, että laadun kriisi on vain perinteisen- ja digitaalisen journalismin siirtymäajan kipuilua, joka korjautuu aikanaan, kun (verkko)journalismin rakenteet ja asenteet saadaan taas kuntoon. Synnytyskivut koskevat ennen kaikkea journalismi-insituution päätäntävaltaa nauttivia henkilöitä. Heillä on paljon opittavaa nuoren polven toimittajilta ja nettikansalaisilta, joiden suhde internetiin on luonteva ja siellä olevaan tietoon kriittinen ja tiedostava. Tulevaisuudessa – jo nyt – journalismin suuri yleisö, nettikansa, haluaa maksaa vain laadukkaasta journalismista. Sitä tekemään tarvitaan koulutettuja, näkemyksellisiä ja motivoituneita toimittajia, jotka osaavat hyödyntää sekä printti- että digitaalisen median parhaita mahdollisuuksia. Tällaista työnjälkeä ei synny sen kummemmin vanhoissa klikeissa jumittamalla kuin yönkiristyspolitiikallakaan. Sen sijaan toimittajat ja mediatalot tarvitsevat innostusta, uskoa ja itseluottamusta uutta journalismia kohti kulkiessaan.

6 Tutkimuksen arviointia

6.1 Eettisiä kysymyksiä

Aineiston kerääminen ilman asianomaisten ”lupaa” on tutkimuseettinen perusongelma kaikissa verkkoa koskevissa tutkimuksissa. Internet näyttää tarjoavan tutkijalle helposti saatavilla olevia aineistoja lähes mistä tahansa aiheesta, mutta verkon tutkimusetiikka on vielä jossain määrin hahmottumatta (Turtiainen & Östman 2013, 49). Tärkeää on huomioida aineiston laatu: kuinka arkaluontoisia tai toisaalta julkisiksi tarkoitettuja tutkittavat sisällöt ovat (McKeen & Porter 2009 Turtiainen & Östmanin 2013, 51 mukaan).

Tämä opinnäytetyö koskee luonteeltaan julkista tietoa: blogit kirjoitetaan näkyviksi, lukijoita varten, ja näin ollen ne jo lähtökohtaisesti asettuvat arvioinnin, lainaamisen ja käsittelyn kohteeksi (poikkeuksena tietysti salasanan takana olevat blogit). Esimerkiksi Vainikka ym. (2013, 85) kertovat, että nettiväen keskuudessa blogit mielletään julkisemmiksi kuin esimerkiksi Facebook-päivitykset tai Twitter-viestit. Tutkijoiden mukaan blogin kirjoittamisen ajatellaan kertovan siitä, että bloggaja haluaa osallistua julkiseen keskusteluun, johon myös valtamedia (tai tutkijat) mahdollisesti liittyvät.

Kuitenkin on otettava huomioon, että verkkoon kirjoittavat ihmiset eivät välttämättä ymmärrä internetin julkisuutta samalla tavalla kuin toiset verkossa liikkujat: Verkon julkisuusasteet ja -käsitykset ovat monimutkaisia (Laaksonen et al. 2013, 22). Onkin syytä miettiä, miten tutkija voi varmistua siitä, että päivityksen kirjoittanut henkilö on tarkoittanut sen julkiseksi.

Tässä tutkimuksessa tietojen julkisuuden rajankäyntiä helpottaa se tosiasia, että useimpia blogeja kirjoitetaan nimettömänä. Tästä on kuitenkin useita poikkeuksia: muutama tutkimusaineiston blogi on nimetty kirjoittajansa mukaan. Lisäksi

tutkimuskyselyn yhteydessä bloggaajilta kysyttiin, saako heidän bloginsa osoitetta ja nimeä julkaista tutkimusraportin yhteydessä (bloggaajan nimeä ei kuitenkaan mainita). Kaikki 36 kyselyyn vastannutta antoi tähän lupansa, minkä lisäksi moni huomautti, että blogi on tarkoitettu julkiseksi ja sen kaikenlainen ”mainostaminen” on suositeltavaa ja toivottavaa. Yksi vastaaja kuitenkin painotti, että hänen tutkimuskyselyssä antamiaan vastauksia ei missään tapauksessa saa yhdistää hänen blogiinsa, jotta vastausten anonymiteetti säilyisi. Tämä olikin itsestään selvää tutkimustuloksia raportoidessa. Lainaukset blogeista on merkitty blogin nimellä ja kirjoituksen julkaisupäivämäärällä, kun taas tutkimuskyselyn vastaukset on yksilöity vastaajan sukupuolella ja ikähaarukalla. Yhteyttä vastaajan ja hänen bloginsa välille ei synny missään vaiheessa.

Tutkimuslupa jäi kuitenkin saamatta niiltä 15 bloggaajalta, jotka eivät vastanneet tutkimuskyselyyn. Tosin suurin osa heistä sai tiedon tekeillä olevasta tutkimuksesta joko sähköpostitse tai bloginsa kautta: jokaiselle bloggaajalle, jonka sähköpostiosoite löytyi blogista, kerrottiin tutkimuksesta sähköpostitse. Jos osoitetta ei ollut, henkilöä (tai nimimerkkiä) etsittiin Facebookista. Yhteydenotot Facebookin kautta tuottivatkin bloggaajiin muutaman kontaktin. Mikäli mitään muuta yhteyttä ei syntynyt, blogiin jätettiin kommentti, jossa kerrottiin tutkimuksesta ja pyydettiin osallistumaan tutkimuskyselyyn. Tämä kommentti jäi kirjoittamatta kolmeen blogiin, joissa kommentointimahdollisuutta ei ollut.

Tutkimusluvan saamatta jääminen ei ollut kuitenkaan este kyseisten blogikirjoitusten ottamiselle mukaan tutkimukseen. McKeenin ja Porterin (2009) nelikenttä tutkittavan suostumuksen välttämättömyydestä vahvistaa tämän tulkinnan: blogikirjoitukset sijoittuvat julkisen tiedon puolelle, jossa tutkimusluvan saaminen ei ole eettisesti välttämätöntä (Turtiainen & Östmanin 2013, 58 mukaan). Tutkijoiden mukaan on kuitenkin huomattava, että blogikirjoitus *arkaluonteisesta* tiedosta (esim. kokemus seksuaalisesta hyväksikäytöstä) kuuluu luvan kysymisen puolelle. Journalismikritiikki ei kuitenkaan ole luonteeltaan intiimiä tietoa.

Verkosta kerätyllä aineistolla on muunkinlaisia ongelmia. Ensinnäkin internetissä on

lähes mahdoton sanoa, onko aineisto edustava, ja mikä ylipäättään on se perusjoukko, josta tutkittava otos on kerätty. Ei ole olemassa mitään hakukonetta, joka aukottomasti löytäisi esimerkiksi kaikki Suomessa julkaistut blogit. Näin ollen ei voi sanoa, ovatko tutkimuksessa läpikäytyt n. 250 blogia suurin osa Suomessa kirjoitetuista journalismikritiikkiä käsittelevistä blogeista vai kenties vain pieni osa. Tämä on ongelmallista erityisesti tulosten yleistettävyyden takia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleistettävyyden ehtona on, että tietystä otoksesta saadut tulokset voidaan yleistää koko populaatioon, jolloin otoksen on edustettava hyvin tutkittavaa joukkoa (Laaksonen et al. 2013, 23). Edellä mainitusta syystä tässä tutkimuksessa kerätyn otoksen edustavuutta ei pysty varmentamaan: tutkimuksen tulokset bloggaajien journalismikritiikistä ja käsityksistä eivät ole sellaisenaan yleistettävissä kaikkien bloggaajien keskuuteen. Vielä varovaisempi pitää olla, kun tulosten edustavuutta mietitään nettikansan keskuudessa yleensä.

Verkon tutkimisen tekee haasteelliseksi myös se, että verkko on jatkuvassa liikkeessä. Yhtenään muuttuvasta verkkosisällöstä on vaikea ottaa pysäytyskuvaa (Laaksonen et al. 2013, 21). Esimerkiksi blogeja syntyy ja kuolee nopeaan tahtiin. Tämän tutkimuksen aineistoa kerätessä ”mediakritiikki” ja ”journalismi” -tageilla varustetut blogit lisääntyivät muutamalla kappaleella. Se ei kuitenkaan olennaisesti häirinnyt aineistonkeruuta, vaan nämä blogit otettiin mukaan, mikäli reunaehdot täyttyivät (ks. luku 3.2.1). Suurempi ongelma oli se, että 250 blogin perusjoukossa oli suuri määrä vanhoja, jo vuosia sitten hiljentyneitä blogeja. Vaatii tarkkuutta tutkijalta huomata, onko verkkosisältö ajankohtaista vai jo vanhentunutta.

6.2 Analyysin luotettavuus

Määrällisessä sisällönanalyysissä koodauksen reliabiliteetilla eli luotettavuudella on suuri merkitys: koodausohjeen on oltava niin selkeä ja hyvin operationalisoitu, että toinen tutkija voi päätyä sen avulla samanlaiseen koodaustulokseen kuin alkuperäinen tutkija. Vain tällöin tutkimustulokset ovat käyttökelpoisia. Luotettavuuden

varmistamiseksi tehdään pilottikoodaus, jossa pieni otos alkuperäisestä aineistosta koodataan uudelleen. Tulosten pitäisi vastata alkuperäisiä noin 90 prosentin tarkkuudella. (Berelson 1952, 215)

Tässä opinnäytetyössä pilottikoodaus suoritettiin noin viisi kuukautta alkuperäisen koodauksen jälkeen. Koodaus tehtiin 20:lle blogitekstille, joissa oli yhteensä 26 analyysiyksikköä. Pilottikoodauksen teki kirjoittajan sisko, Anniina Tuomela, joka opiskelee luonnontieteitä Oulun yliopistossa. Pilottikoodausta varten Tuomela sai koodausohjeen ja lyhyen ohjeistuksen tehtävään. Koodattuaan 26 analyysiyksikköä kritiikin aiheen, tahon ja kommenttien suhteen, ilmeni, että vastaavuus alkuperäisiin tuloksiin oli kritiikin aiheiden osalta 81 prosenttia, kritiikin tahojen osalta 92 prosenttia ja kommenttien osalta 84 prosenttia.

Tulosten vastaavuus jäi siis selkeästi alle tavoitetason. Lähemmässä tarkastelussa selvisi, että koodaustulosten erilaisuudessa oli pääosin kyse kritiikkiluokkien muodostamisesta tapahtuneista virheistä. Kaikesta yrityksestä huolimatta kritiikin aihe -luokat olivat osittain päällekkäisiä, jolloin sama teksti saattoi koodautua kahteen eri luokkaan kummankaan koodauksen olematta varsinaisesti väärin. Esimerkiksi kannabismyrkytyksiä käsittelevässä blogitekstissä luokat asiavirhe (4a) ja kritiikittömyys (4i) osoittautuivat ongelmallisiksi. Bloggaaja osoitti muutamien todistein STT:n uutisessa kannabispelloilla työskentelevien työntekijöiden sairastelu oli virheellisesti yhdistetty kannabiksen käyttöön, vaikka kyse oli todennäköisesti tuholaismyrkyjen aiheuttamista oireista. Bloggaaja kritisoi STT:n toimittajia siitä, että he olivat tehneet käänösuutisen huolimattomasti (uutinen oli alunperin Reutersin) ja muita toimituksia siitä, että he kritiikittä julkaisivat epäilyttävän uutisen edelleen tarkistamatta kertaakaan alkuperäistä lähdettä. Alkuperäisessä koodauksessa kyseinen kritiikki oli koodattu asiavirheeksi, testikoodauksessa kritiikittömyydeksi. Molemmat ovat oikein: asiavirhe seurasi kritiikittömyydestä. Samantyyppinen päällekkäisyys ilmeni väärä sananvalinta- (4b) ja puolueellisuus (4g) -luokissa: journalismi voi esittää asiat itselleen mieleisellä tavalla valitsemalla asioille sopivat nimet ja käyttämällä sananvalintoja, jotka paljastavat asioista vain niiden halutut puolet.

Kritiikin tahoja koskeva tarkistuskoodaus antoi paremman tuloksen (vastaavuus 92 %). Ainoat eroavaisuudet johtuivat siitä, että kyseisissä teksteissä oli kritisoitu kahta eri tahoja, joista koodauksiin oli poimittu vain toiset. Blogitekstien kommenttien koodaaminen negatiiviseksi, neutraaleiksi ja positiiviseksi osoittautui myös yllättävän haasteelliseksi (vastaavuus 84 %). Ongelmallisia olivat ne pitkät kommentit, joissa annettiin monensuuntaista palautetta. Alun perin ajatuksena oli, että kommentin sävy on tällöinkin luettavissa kokonaisuudesta. Näin tehtiin esimerkiksi Aasian hyökyaaltokatastrofia koskeneessa tutkimuksessa (Huhtala 2005, 206–208). Sävyn määrittäminen yksiselitteisesti osoittautui kuitenkin testikoodauksessa toiveajatteluksi.

Blogikirjoitusten synnyttämän keskustelun määrällistä arviointia taas vaikeutti se, että läheskään kaikki keskustelu ei tallennu blogikirjoitusten yhteyteen. Tämä johtuu siitä, että kun blogikirjoituksia jaetaan Facebookissa tai Twitterissä, myös kirjoituksen aiheuttamat kommentit tallentuvat näille alustoille. Keskustelun laajuuden arvioinnissa kommenttien lukumäärää tärkeämpi tieto onkin se, monestiko kirjoitusta on jaettu sosiaalisessa mediassa. Tämä tieto ei kuitenkaan johda kovin pitkälle, koska esim. Facebookissa syntyneeseen keskusteluun ei sen tarkemmin pääse käsiksi.

Kaiken kaikkiaan testikoodaus ilmaisi selkeästi, että kritiikkiluokkia ei oltu muodostettu aivan oikein. Pällekkäiset kritiikkiluokat olisi pitänyt huomata jo analyysin alkumetreillä. Myös kahden kritiikkiluokan (otsikot 4h ja toimittajan persoona 4l) nostaminen erityisasemaan oli kyseenalainen idea. Koska otsikkoon kohdistuva kritiikki koodautui ensisijaisena, tämän kritiikin ”alle” jäi joskus muunlaista kritiikkiä. Ja kun toimittajan persoona koskeva kritiikki koodattiin muistiin aina, muodostui tästä luokasta suhteettoman suuri verrattuna kritiikin todelliseen painoarvoon. Vaikka otsikkokritiikin ja toimittajan persoona koskevan kritiikin esiin nostamiselle oli perustelunsa (ks. luku 3.4.2), on tosiasia, että näiden luokkien suuruus vääristää kritiikin tahojen keskinäiset suhteet.

Jälkiviisasteluna voikin pohtia, olisiko tämän tutkimuksen aineisto ehkä sittenkin

taipunut paremmin laadulliseen kuin määrälliseen tutkimukseen. Tutkimustehtävänähän oli kuvata journalismikritiikkiä suomalaisissa blogeissa: tämän tehtävän olisi voinut suorittaa käsittelemällä aineistoa laadullisesti luokitellen (kuten tekivät Vesa 2010 ja Vainikka 2013), eikä työ olisi merkittävästi kärsinyt siitä, että kritiikin prosentuaalinen jakautuminen siihen tahi tähän luokkaan olisi jäänyt selvittämättä.

Määrällisen sisällönanalyysin arvoa vähentää sekin, että koodauksessa muodostuneet luokat ovat niin samankokoisia. Tämä on aineistolähtöisen koodaustavan heikko puoli: kun luokkia muodostetaan aineiston pohjalta, liian suuriksi osoittautuneet luokat voidaan pilkkoa pienemmiksi, ja tyhjiksi tai lähes tyhjiksi jäävät luokat voidaan jättää pois tai yhdistää toisiin luokkiin. Tässä tutkimuksessa erityisesti journalismin tuottamaa, ”vääränlaista” tietoa koskevien luokkien (4e, 4g ja 4i) erottaminen toisistaan oli jälkeinpäin ajateltuna keinotekoisia. Luokkia erotteleva tekijä (toimittajien rooli väränlaisen tiedon tuottamisessa) oli melko epäselvä, eivätkä luokkien erot lopultakaan olleet kovin selitysvoimaisia; tuloksissakin näitä kolmea luokkaa tuntui olevan järkevintä käsitellä kokonaisuutena (luku 4.3). Laaksonen ja Matikainen (2013, 208) toteavatkin, että selkeiden teemojen tai luokkien löytäminen polveilevasta verkkokeskustelusta on haastavaa, minkä vuoksi teoriapohjainen luokittelurunko voi olla aineistolähtöistä toimivampi.

Tutkimuksen tavoitteet (ks. luku 1 ja luku 5) toteutuivat epätäydellisestä koodauksesta huolimatta. Tutkimusaineistosta löytyi vastauksia kysymyksiin, millainen on suomalainen, journalismikriittinen blogosfääri, mitä siellä kritisoidaan ja millaisia eväitä blogeilla on antaa journalismin kriisistä selviämiseen. Näin ollen voi todeta, että vaikka taitavammin koodattuna journalismikritiikin prosentuaalinen jakautuminen olisi näyttänyt hiukan eriltä, ei sillä olisi tutkimuksen lopputuloksen kannalta ollut kovin suurta merkitystä. Tärkeintä on, että tutkimuksessa piirtyy kokonaiskuva siitä journalismikritiikistä, jota suomalaisissa blogeissa esitetään.

6.3 Tutkimuskyselyn luotettavuus

Kun mittaamisen havaintoyksiköinä on ihmisiä, mittauksen reliabiliteettia eli luotettavuutta heikentäviä tekijöitä ovat muun muassa kysymysten väärinymmärtäminen, haastateltavien muistin puutteellisuus, vastaajan motivaatio ja vastaustilanne (Taanila 2012, 27). Vertailututkimukset osoittavat, että sosiaalisesti arkaluonteisten tietojen osalta saadaan vaihtelevia tuloksia riippuen siitä, onko tiedonkeruu toteutettu kasvokkain, puhelimitse vai kirjeitse: arkaluonteinen asia myönnetään sitä todennäköisemmin, mitä etäisemmäksi haastattelutilanne koetaan. Toisaalta kysymysten väärin ymmärtämisen riski kasvaa silloin, kun vastauksia ei anneta kasvokkain. (Räsänen & Sarpila 2013, 68–69).

Tässä opinnäyetyössä aineiston bloggaajista etsittiin tietoa tutkimuskyselyllä, joka lähetettiin kaikille bloggaajille, joiden yhteystiedot löytyivät blogista tai muualta sosiaalisesta mediasta. Kysely toteutettiin verkkolomakkeella, johon vastaamiseen lähetettiin kutsu sähköpostitse. Vastaustilanne oli siis mahdollisimman avoin, etäinen ja vapaaehtoinen. Tästä huolimatta suurin osa (82%) kyselytutkimuksen saaneista vastasi kyselyyn, minkä lisäksi pari vastaamatta jättänyttä otti tutkijaan yhteyttä sähköpostitse ja perusteli pois jäämisensä. Kyselyssä bloggaajilta kysyttiin, saisiko heihin tarvittaessa ottaa yhteyttä tarkentavia kysymyksiä varten, mihin kaikki bloggaajat antoivat suostumuksen. Useimmat tutkimukseen vastanneista bloggaajista ottivat vielä jälkikäteen yhteyttä tutkijaan ja kertoivat kiinnostuksestaan tutkimusta kohtaan. Nämä asiat yhdessä osoittavat, että vastaajien motivaatio oli hyvä, eikä vastaustilanne ollut liian etäinen.

Kyselytulosten reliabiliteettia heikentää se, että kysymysten väärinymmärtämisen riski oli suuri. Tätä ongelmaa pyrittiin ehkäisemään jo kyselyä laadittaessa antamalla paljon avointa vastaustilaa monivalintakysymysten yhteyteen. Useimmat bloggaajat käyttivätkin tätä vastausten täsmentämismahdollisuutta hyväkseen. Ongelmallisena pidettiin esimerkiksi ilmaisua 'suomalainen journalismi', koska ”suomalainen journalismi ei ole mikään täysin yhtenäinen rakennelma” (mies 25–29). Kyselyssä oli

myös monta laajaa avointa kysymystä, joihin kaikki bloggaajat vastasivat ainakin muutamain sanoin, osa pitkästikin. Eräs bloggaaja kritisoi kysymysten laajuutta:

Monesta kysymyksestä voisi kirjoittaa kirjankin... Lomakkeen täyttämiseen minulla ei ole kärsivällisyyttä tai aikaa enempää kuin 15 minuuttia, joten olisin toivonut täsmäkysymyksiä eikä sellaisia, joissa ei ole selkeää näkökulmaa. Kysymyksesi sopisivat paremmin tutkimushaastattelun aiheeksi ja silloinkin tarkennettuna. [mies 30–34]

Erityinen uskottavuusongelma ilmeni blogien lukijamääriä selvitetessä. Moni bloggaaja huomautti itse, että huolimatta blogin lokitiedoista todellisten lukijamäärien arvioiminen on vaikeaa (tarkemmin luvussa 4.2). Lisäksi lukijamäärät perustuvat täysin bloggaajien omaan ilmoitukseen, mikä tekee tietysti lukujen todentaminen mahdottomaksi. Se, että monet bloggaajat ilmoittivat lukijamääräkseen hyvin pieniä lukuja (alle 10 lukijaa viikossa, jopa kuukaudessa), kertoo kuitenkin siitä, että bloggaajilla ei ollut tarvetta suurennella lukuja ”uskottavuuden” nimissä.

7 Yhteenveto

Blogeilla ja niistä muodostuvalla blogosfäärillä ei ole juuri mitään vedenpitäviä tunnusmerkkejä, kuten yhtenäistä julkaisualustaa, yhtenäisiä julkaisuperiaatteita, yhteistä keskusorganisaatiota tai yhteisiä eettisiä periaatteita. Myös tieteellinen määritelmä blogeista on epäselvä. Ei siis ole yllättävää, että blogosfäärin suuruudesta, laajuudesta ja sisällöstä on vaikea saada otetta. Statistiikkaa on vähän, ja se on epätäydellistä. Parhaimmillaankin arviot blogien lukumääristä ovat vain hyviä arvauksia.

Tämän takia on mahdoton vastata tarkasti kysymykseen millainen on suomalainen, journalismikriittinen blogosfääri. Tämän tutkimuksen esittämä arvio on se, että journalismikriittinen blogosfääri on Suomessa ohut. Erialaisten aineistonkeruumenetelmien ja -rajausten kautta tähän tutkimukseen löydettiin 51 blogia, jotka sisälsivät kohtuullisen tuoretta journalismikritiikkiä. Näiden blogien kirjoittajat ovat valtaosin keski-ikäisiä miehiä, joilla on korkeakoulututkinto ja ammatillinen tausta viestintäalalla.

Suhteutettuna Suomen kattavimman blogilistauksen (Blogilista.fi) kaikkiin blogeihin, aineiston osuus on 0,08 prosenttia kaikista blogeista (tilanne 10/2014).

Journalismikriittisen blogosfäärin ohuus viittaa myös siihen, että useimmissa tutkimusaineiston blogeissa journalismikritiikki on vain pieni osa bloggaajan tuotannosta. Lähes tai pelkästään journalismikritiikille omistautuneita blogeja löytyy aineistosta muutama. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että journalismikriittisillä blogeilla ei olisi merkitystä journalismikeskustelussa. Päinvastoin: tutkimusten mukaan uutisiin ja politiikkaan keskittyvillä blogeilla on paljon lukijoita, mikä näkyy myös tämän tutkimuksen aineistossa. Jotkut blogit keräävät kymmeniä tuhansia lukijoita kuukaudessa, ja suosituimmat blogikirjoitukset kiertävät sosiaalisessa mediassa enemmän kuin valtamedian uutiset yleensä. Vaikka blogikirjoitukset keräävät keskimäärin vain muutaman kommentin peräänsä, somekierrokselle lähteneiden kirjoitusten osalta tärkeimmät ja monilukuisimmat keskustelut käytäneen tekstiä

jakaneiden ihmisten Facebook- tai Twitter-tileillä.

Blogien journalismikritiikki painottuu median puolueellisuuden ja journalismin tuottaman vääränlaisen tiedon ruotimiseen. Yhteensä 33 prosentissa blogiaineistoa arvostellaan journalismia harhaan johtamisesta, oleellisen tiedon pimittämisestä, näkökulmattomuudesta, kritiikittömyydestä tai kiltteydestä suhteessa lähteisiin tai yhteiskunnan eliittiin. Tässä kritiikissä media nähdään toisaalta tahdottomana äänitorvena, joka kuuluttaa milloin minkäkin tahon viestiä, tai toisaalta aktiivisena omien (ideologisten tai poliittisten) tarkoitusperien ajajana. Samanlaisia arvioita journalismin puolueellisuudesta (nk. media bias) on esitetty sekä aiemmassa yleisön journalismikritiikissä että tutkimuskirjallisuudessa.

Toiseksi eniten, 18 prosentissa blogiaineistoa, kritisoidaan journalismia viihteellisyydestä, sensaatiotakuudesta ja klikkien kalastelusta. Myös tämä kritiikki on tuttua niin journalismin yleisön, tutkijoiden kuin toimittajienkin keskuudessa. Kolmanneksi päälinjaksi blogien journalismikritiikissä nousee journalismin taloutta ja rakenteita koskeva kritiikki. Sanalla sanoen kyse on verkkojournalismin alennustilasta. Blogien ja bloggaajien mukaan mediataloissa ei ymmärretä eikä arvosteta verkon mahdollisuuksia journalismin avoimuuden, vuorovaikutuksellisuuden ja syvällisyyden lisäämisessä. Jakamalla printti- ja verkkojournalismin roolit uudelleen ja panostamalla (verkko)journalismin laatuun mediatalot voisivat selättää uskottavuuskriisin ja saada takaisin menettämiään yleisöjä.

Journalismin puolueellisuutta bloggaajat vähentäisivät lisäämällä näkökulmia journalismin käsittelemiin aiheisiin, monipuolistamalla käytettyjä tiedonlähteitä, tarkistamalla ja tulkitsemalla taloudellista-, poliittista- ja asiantuntijavaltaa käyttävän eliitin tarjoamia faktoja sekä jakamalla julkisia puheenvuoroja harkitummin siten, että esimerkiksi ”kreationisti ja tiedemies” eivät olisi ”samanarvoisia keskustelijoita” ja ”rasismi ja vihanlietsonta” ”maahanmuuttokritiikkiä”. Tällainen journalistisen tasapuolisuuden ja neutraaliuden uudelleenarviointi on bloggaajien mielestä muutenkin tarpeen. Toimittajien tulisi tunnistaa ja tunnustaa ”oma ideologinen kotipesänsä”:

journalismin välttämättömän subjektiivisuuden tunnustaminen johtaisi yhteiskuntakriittisempään ja avoimempaan journalismiin, jossa uutisten takana oleva arvopohja ja tulkintakehykset ovat näkyvillä ja arvioitavissa sen sijaan, että ne pukeutuvat objektiivisuuden tai neutraaliuden kaapuihin.

Tätä tutkimusta tehdessä avautui useita jatkotutkimusta kaipaavia ikkunoita verkossa elävään journalismikritiikkiin. Esimerkiksi Facebookissa on useita journalismikritiikille omistautuneita, vilkkaasti toimivia ryhmiä. Toiminnan aktiivisuus perustuu ensinnäkin siihen, että ryhmätyö tuottaa ainakin määrällisesti enemmän tulosta kuin yksityisesti kirjoitettu blogi. Toiseksi Facebookissa (tai Twitterissä) julkaisukynnys on matala, kun omaa tekstiä ei tarvita niin paljon. Myös suhteellisen suuren lukijakunnan tavoittaminen on Facebook-ryhmässä helpompaa kuin omassa blogissa. Näiden ryhmien journalismikritiikkiä olisi mielenkiintoista selvittää.

Toinen jatkotutkimuksen aihe on kansalaisten ylläpitämät uutisblogit. Niitä löytyy esimerkiksi Blogilistalta hakusanalla ”uutiset”, ja ne sisältävät sekä omin voimin tehtyä uutisointia paikallisista tapahtumista, kulttuurielämästä ja harrastuksista että valtamediasta kerättyjä, tietystä aiheesta kirjoitettuja uutiskoonteja. Tutkimusta tämänlaatuisesta kansalaisjournalismista ei liene tehty.

Kolmanneksi lähempää tarkastelua kaipaisivat työnsä puitteissa bloggaavat ja twiittaavat toimittajat. Hyödyntävätkö he blogeissaan verkon tarjoamia mahdollisuuksia enemmän kuin normaalissa toimitustyössä? Miten toimittajat ovat ratkaisseet someroolin ristiriitaisuudet? Miksi toimittajat eivät harrasta journalismikritiikkiä työnantajansa leivissä, jos vaikka vapaa-ajalla harrastavatkin? Miten journalistiblogit kommunikoivat muun blogosfäärin kanssa? Olisiko toimittaja-bloggaajilla ja journalismikriitikko-bloggaajilla annettavaa toisilleen?

Parhaimmillaan toimittajien ja bloggaajien rinnakkaiselo ja yhteistyö blogosfäärissä voisi tuottaa juuri sitä monipuolisempaa, syvällisempää, avoimempaa ja laadukkaampaa journalismia, jota bloggaajat tässä tutkimuksessa peräävät.

Kirjallisuus

Ahva, Laura, Heikkilä, Heikki, Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2011). ”Onpas fiksuja lukijoita!” Yleisön ja toimittajien kohtaaminen journalismikritiikin kolmella tasolla. *Media & viestintä* 34, 8-25.

Almonkari, Merja (2007). *Jännittäminen opiskelun puheviestintätilanteissa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Anderson C. W. (2011). *Blowing up the Newsroom. Ethnography in and Age of Distributed Journalism*. Kirjassa Domingo, David ja Paterson, Chris (2011). *Making Online News. Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet Journalism*. New York: Peter Land Publishing: 151–160.

Berger, Arthur Asa (2011). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Second Edition. Sage 2011.

Berelson, Bernard (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: The Free Press.

Bowman, Shayne and Willis, Chris (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*. www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Carl, Christine, R (2003). *Bloggers and Their Blogs: A Depiction of the Users and Usage of Weblogs on the World Wide Web*. Washington, DC: Georgetown University.

Coleman, Stephen and Ross, Karen (2010). *The Media and the Public. ”Them” and ”Us” in Media Discourse*. United Kingdom: Wiley-Blackwell.

Cooper, Stephen, D. (2006). *Watching the Watchdog. Bloggers as the Fifth Estate*. United

States of America: Marquette Books.

Domingo, David ja Paterson, Chris (Edit.) (2011). Making Online News. Volume 2. Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet Journalism. U.S.A: Peter Lang Publishing. □

Dutton, William, H. (2007). Trough the Network (of Networks) – the Fifth Estate. University of Oxford. <http://ssrn.com/abstract=1134502>. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Etling, Bruce; Alexanyan, Karina; Kelly, John; Faris, Robert; Palfrey, John and Gasser, Urs (2010). Public Discourse in the Russian Blogosphere: Mapping RuNet Politics and Mobilization. Harvard University: Berkman Center Research Publication.

Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Pies, Judith; Lönnendonker, Julia ja Schneider-Mombaur, Laura (2013). Critical or hypocritical journalists? Teoksessa MediaAct Final Research Report on Media Accountability and Transparency in Europe, 25–27. <http://www.yumpu.com/document/view/15922335/mediaact>. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Finbert, Howard I. ja Stone, Martha L. (2001). Digital Journalism Credibility Study. Online News Association, USA.

Freelon, Deen (2010). Analyzing Online Political Discussion Using Three Models of Democratic Communication. *New Media & Society* 12/7, 1172–1190.

Garden, Mary 2012. Defining Blog: A Fool's Errand or a Necessary Undertaking. *Journalism* 13:483-499.

Gillmor, Dan (2004). We the media. Grassroots journalism by the people, for the people. U.S.A: O'Reilly Media, Inc.

Gripsrud, Jostein and Moe, Hallvard (2010). *The Digital Public Sphere. Challenges for Media Policy*. Göteborg: Nordicom.

Hakala, Salli ja Vesa, Juho (2013). Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Kirjassa Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (2013). *Otteita verkosta*. Tampere: Vastapaino: 216–244.

Heikkilä, Ahva, Siljamäki ja Valtonen (2012). *Kelluva kiinnostavuus: Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Vastapaino.

Heikkilä, Heikki (2001). *Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Heikkilä, Heikki (2011). *Leaving it up to professionals (and the market): Development of online media accountability practices in Finland*. Media AcT Working paper 2/2011. University of Tampere.

Heikkilä, Heikki (2013). *Preparing for the future*. Teoksessa *MediaAct Final Research Report on Media Accountability and Transparency in Europe*, 18–19.
<http://www.yumpu.com/document/view/15922335/mediaact> (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Heinonen, Ari (2008). *Yleisön sanansijat journalismissa*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.

Heinonen, Ari ja Domingo, David (2009). *Blogit journalismin muutoksen merkinä*. Kirjassa Väliverronen, Esa (toim.) (2009). *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press: 68–87.

Herkman, Juha (2005). *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto*. Median

markkinoituminen ja televisioituminen. Tampere: Vastapaino.

Herkman, Juha (2009). Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Kirjassa Väliverronen, Esa (toim.) (2009). Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press: 32–49.

Ho, Shirley ja McLeod, Douglas (2008). Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication. *Communication Research* 35/2. 190–207.

Huhtala, Hannele; Hakala, Salli; Laakso, Aino & Dalck, Annette (2005). Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa. *VNK* 7/2005. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia.

Hujanen, Taisto ja Luostarinen, Heikki (1990). Avauksia journalismikritiikkiin. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, sarja C.

Journalistin ohjeet ja liite. Julkisen sanan neuvosto.

http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Juntunen, Laura (2009). Kiireen ja kilpailun haasteen journalistiselle etiikalle. Kirjassa Väliverronen, Esa (toim.) (2009). Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press: 171–192.

Jyrkiäinen, Jyrki (2008). Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampere: Tampereen yliopisto.

Karppinen, Kari; Jääsaari, Johanna & Kivikuru, Ullamaija (2010). Media ja valta kansalaisten silmin. 2/2010 SSKH. http://sockom.helsinki.fi/info/notat/notat_1002.pdf (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Kline, David ja Burstein, Jan (2005). *blog! How the newest media revolution is changing politics, business and culture*. New York: CDS Books.

Koponen, Johannes ja Leppänen, Juha (2013). *Älä klikkaa tätä otsikkoa!* Journalismikritiikin vuosikirja 2013, 131-139.

Kortesuo, Katleena, henkilökohtainen tiedonanto 4.10.2013, Jyväskylä.

Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Kuutti, Heikki (2012). *Mediasanasto*. Jyväskylä: MediaDoc Oy.

Kuutti, Heikki ja Manninen, Ville (2013). *Verkon pelisäännöt hukassa medialta*. *Media & Viestintä* 1/2013, 81–87.

KvantiMOTV. *Menetelmätietovaranto*. Tampereen yliopisto.

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/raportointi/raportointi.html> (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Laaksonen, Salla-Maaria (2012) *Aamulehden kantapääkoulu – kun sosiaalinen media rankaisee*. *Media & Viestintä* 1/2012, 55-65.

Laaksonen, Salla-Maaria ja Matikainen, Janne (2013). *Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa*. Kirjassa Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (2013). *Otteita verkosta*. Tampere: Vastapaino: 193–215.

Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (2013). *Otteita verkosta*. Tampere: Vastapaino.

Lacy, Stephen ja Martin, Hugh J. (2004). ”Competition, Circulation and Advertising”.

Newspaper Research Journal 25/1, 2004.

Lehtinen, Aki Petteri (2013). Objektiivisuus 2.0: muslimien raivo ja journalistinen tieto. Media & viestintä; Journalismikritiikin vuosikirja, 94-105.

Lehto, Keijo (2006). Aatteista arkeen. Suomalaisten seitsemänpäiväisten sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971–2005. Jyväskylän yliopisto.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13464/9513923924.pdf?seq>.

(saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Lessig, Lawrence (2001). The Internet Under Siege. Foreign Policy Nov/Dec 2001(127), 56–65.

Lintulahti, Matti (2005). Perustettujen blogien määrä kasvoi Suomessa neljässä kuukaudessa 65% 172 000 blogiin.

<http://mattilintulahti.net/mediablogi/2005/10/11/perustettujen-blogien-maara-kasvoi-suomessa-neljassa-kuukaudessa-65-172-000-blogiin/> (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Luostarinen, Kivikuru ja Ukkola (1996). Mediakritiikin näkökulmia. Sopulisilppuri. Jyväskylä: Gummerus.

Malmberg, T (1984). Journalismikritiikki. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitoksen julkaisuja B 15.

Mandiberg, Michael, (2012). The Social Media Reader. New York: New York University Press.

Matikainen, Janne (2009). Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Helsingin yliopisto: Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009.

McKeen, Heidi ja Porter, James (2009). Playing a Good Game: Etical Issues in

Researching MMOGs and Virtual Worlds. *International Journal of Internet Research Ethics* 2/1, 5–37.

Media Act: The Final Research Report on Media Accountability and Transparency in Europe. <http://www.yumpu.com/document/view/15922335/mediaact> (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Meijer, Irene Costera (2013). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism* 14, 754 – 770.

Menetelmäpolkuja humanisteille, Jyväskylän yliopisto.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tieteenfilosofiset-suuntaukset/relativismi> (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Miles Matthew B. ja Huberman, Michael (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd Edition).

<http://depts.washington.edu/uwmcnair/chapter11.content.analysis.pdf> (saatavuus tarkistettu 7.10.2010)

Moyo, Last (2011). Blogging down a dictatorship: Human rights, citizen journalists and the right to communicate in Zimbabwe. *Journalism* 12(6): 745-760.

Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. UK ja U.S.A: Sage Publications. http://depts.washington.edu/methods/readings/Neuendorf_2002.pdf. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014).

Nikunen, Kaarina (2011). Enemmän vähemmällä. Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010. Tampereen yliopisto: Viestinnän, median ja teatterin yksikkö; Journalismin tutkimusyksikkö.

Opinnäytetyöpakki, Kajaanin ammattikorkeakoulu.

<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiLaadullTeemoittelu.aspx> (saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Pahkinen, Erkki (2012). Kyselytutkimusten otantamenetelmät ja aineistoanalyysi. Jyväskylä: JULPU, Jyväskylä University Library Publishing Unit.

Pedersen, Sarah (2010). Why blog? Motivations for blogging. UK ja U.S.A: Chandos Publishing.

Pernu, Ilkka (2012). Klikkiä mä metsästä. Journalisti 22/2012.

<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2012/22/artikkelit/klikkia-ma-metsastan/> (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Pietilä, Veikko (1981). Journalismin kritiikin mahdollisuuksia. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitoksen julkaisuja C1.

Pietilä, Veikko (1976). Sisällönerittely. Helsinki: Gaudeamus.

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

Pönkä, Harto (2014). Blogien määrä Suomessa 2005–2014.

<http://harto.wordpress.com/2014/07/21/blogien-maara-suomessa-2005-2014/>. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Pöyhkäri, Reeta; Väliaverronen, Jari & Ahva, Laura (2014). Mistä on suomalainen toimittaja tehty? Worlds of Journalism -surveyn tuloksia Suomesta. Tampereen yliopisto: Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET:n ja Viestinnän, median ja teatterin yksikön julkaisu.

Regan, Tom (2003). Weblogs Threaten and Inform Traditional Journalism: Blogs

'Challenge Conventional Notions of Who is a Journalist and What Journalism Is'. *Nieman Reports* 57: 68–70.

Riffe, D., Lacy, S. & Fico, G. (2005). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Rosen, Jay (2012). *The People Formerly Known as the Audience*. Kirjassa Mandiberg, Michael (toim.) (2012). *The Social Media Reader*. New York: New York University Press: 13–16.

Rosenstiel, Tom ja Mitchell, Amy (2004). ”The Impact of Investing in Newsroom Resources.” *Newspaper Research Journal*, 25/1.

Räsänen, Pekka ja Sarpila, Outi (2013). Internet-lomake vai ei? Verkkokyselylomake postikyselyitä täydentävänä tiedonkeruun menetelmänä. Kirjassa Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (2013). *Otteita verkosta*. Tampere: Vastapaino: 68–83.

Sana, Elina (toim.) (1995). *Tieto-opista mediapeliin. Journalismin tutkimuksen näkökulmia*. Juva: WSOY.

Suhonen, Pertti (2006). *Mielipidetutkimukset ja yhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press.

Sweetser, Kaye D; Porter, Lance V; Soun Chung, Deborah ja Kim, Eunseong (2008). *Credibility and the Use of Blogs among Professionals in the Communication Industry*. *J&MC Quarterly*, Vol 85/1, 169–185.

Taanila, Aki (2012). *Määrällisen aineiston kerääminen*. <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Tiihonen, Pertti (1995). Tutkimussuuntia ja -menetelmiä yleisö- ja vastaanottotutkimuksessa. Kirjassa Sana, Elina (toim.) (1995). Tieto-opista mediapeliin. Journalismin tutkimuksen näkökulmia. Juva: WSOY: 121–132.

Tilastokeskus (2012). Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2012, Liitetaulukko 12. Internetin käyttötarkoitukset 3 kuukauden aikana iän ja sukupuolen mukaan 2012, %-osuus väestöstä. Helsinki: Tilastokeskus.

http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tau_012_fi.html.

(Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Tilastokeskus (2013a). Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2013. Helsinki:

Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-](http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tie_001_fi.html)

[07_tie_001_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tie_001_fi.html). (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Tilastokeskus (2013b). Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2013, Liitetaulukko 11.

Internetin käyttötarkoitukset 3 kk aikana iän ja sukupuolen mukaan 2013, %-osuus väestöstä . Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tau_011_fi.html. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Tammi.

Turtiainen, Riikka ja Östman, Sari (2013). Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Kirjassa Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (2013). Otteita verkosta. Tampere: Vastapaino: 49–67.

Uschanov, Tommi (2.2.2014). Luotatko mediaan vai tiedotusvälineisiin? Helsingin Sanomat <http://www.hs.fi/sunnuntai/Luotatko+mediaan+vai+tiedotusv>

%C3%A4lineisiin/a1391232335537. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Uskali, Turo (2013). Jokapaikan journalismi. Turo Uskali & Management Institute of Finland MIF Oy.

Vainikka, Noppari, Heinonen & Huhtamäki (2013). Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä. Toimittajana sosiaalisessa mediassa. Tampere: KopioNiini.

Vehkoo, Johanna (2011), Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Vehkoo, Johanna (2011). Linkki lisää luottamusta.
<http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2011/11/03/linkki-lisaa-luottamusta/>. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Vesa, Juho (2010). Verkkokeskustelijoiden arviot journalistisesta mediasta demokriateorioiden valossa. Media & viestintä 33, 50-72.

Väliverronen, Esa, (toim.) (2009). Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Väliverronen, Esa (2014). Media ei ole vain tiedotusväline. Mediatyhteiskunta 3.2.2014.
<http://medykblog.wordpress.com/2014/02/03/media-ei-ole-vain-tiedotusvaline/>
(saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Väliverronen, Esa ja Kunelius, Risto (2009). Poliitiikan journalismi medioitumisen aikakaudella. Kirjassa Väliverronen, Esa (toim.) (2009). Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press: 225–247.

Writing@CSU Guide. Colorado State University.
<http://writing.colostate.edu/guides/guide.cfm?guideid=68> (saatavuus tarkistettu

165

7.10.2014)

Yagodin, Dmitry (2014). *The Blogization of Journalism. How blogs politicize media and social space in Russia*. Tampere: Tampere University Press.

Yle Uutiset (3.12.2013). Suomalaisten luottamus Yleen vahvistui.

http://yle.fi/uutiset/suomalaisten_luottamus_yleen_vahvistui/6967290. (Saatavuus tarkistettu 7.10.2014)

Liitteet

LIITE 1. Tutkimuksessa analysoidut blogit (saatavuus tarkistettu 7.10.2014):

Ajatusjalostamo: <http://ajatusjalostamo.fi> (blogi suljettu)

Ajatuskuvia: <http://ajatuskuvia.blogspot.com>

Antti Heikkilän terveystklubi – Kohti kokonaisvaltaista hyvinvointia:
<http://www.anttiheikkila.com/blogi/>

Atteismin alttarilla: <http://atteisti.blogspot.fi>

Ei oo totta: www.eioototta.fi

Elias: <http://www.jelias.fi/blogi/>

Erään kadonneen kirkon tapaus [[neitsythuorakirkko]]:
<http://ullakarttunen.wordpress.com/>

Finnsanity blog: <http://finnsanity.blogspot.fi/>

Friikkuelämää: <http://terhihautamaki.net/>

Havaintovihko: <http://www.bjorksten.fi/blogi>

Jälkijättöistä jupinaa: <http://jalkijupinaa.blogspot.com>

Johan Alénin mediablogi: <http://www.journalistalen.fi/blogi>

Kansandemokratia Go-Go: <http://sosiokeiju.blogspot.fi/>

Kari Kuukka: www.karikuukka.com

Kasper Diem: www.kasperstromman.com

Lukujuttu: <http://lukujuttu.blogspot.fi/>

<http://magi.puheenvuoro.uusisuomi.fi/>

Maijan ilmestykset: <http://www.ilmestykset.net>

Makasiinimaniaa: <http://www.makasiinimania.blogspot.fi/>

Mediaansekaantuja: <http://suomenkuvalehti.fi/mediasekaantuja/>

Mediaa, tekniikkaa ja mediatekniikkaa: <http://www.karihaakana.net/blog/>

Mediablogi: <http://mattilintulahti.net/mediablogi/>

Mediaseuraaja: mediaseuraaja.wordpress.com

Media terveyden lähteillä: <http://ullajarvi.blogspot.fi>

Mediavahti: <http://mediavahti.mullo.net/>

Mediayhteiskunta: <http://medykblog.wordpress.com/>

Merkintöjä mediasta: merkintoja.wordpress.com

Mitä olisi tutkittava: <http://mita-olisi-tutkittava.blogspot.fi/>

Nikkola MEDIA: <http://nikkolamedia.blogspot.fi/>
Origamiverkko: <http://emmirossi.blogspot.fi/>
O / Näkyviä ajatuksia: <http://jannerentola.wordpress.com/>
Päivän pannu – yön ryypänny: <http://ripuli-suurimouhijrvierikoisnumero.blogspot.fi/>
Paholaisen asianajaja: <http://paholaisen-asianajaja.blogspot.fi/>
Pantterin puremia: <http://pantterin.blogspot.fi/>
Paskan möivät: <http://www.lily.fi/blogit/paskan-moivat>
Pintaa syvemmältä: <http://peikjohansson.blogspot.fi/>
Purolautanen – reality is the original Roschach: <http://puuro.blogspot.fi/>
Reijo Liinamaa: <http://www.rexmusic.fi/blog/>
Sami Hilvo / Kaiken maailman ihmettelyä: sohilvo.blogspot.com
Sana haltuun: sanahaltuun.fi
Sanoja vapaita: <http://sanojavapaita.blogspot.fi/>
Santerin ässä: <http://santerinassa.blogspot.fi/>
Sauli Ahvenjärvi: <http://sauliahvenjarvi.puheenvuoro.uusisuomi.fi/>
Scripta: <http://www.halla-aho.com/scripta/>
Talouden tulkki: www.taloudentulkki.com
Testivedos: <http://testivedos.blogspot.fi/>
Uskontojournalismi: <http://uskontojournalismi.blogspot.fi/>
Vallankumouksen hedelmiä: www.vallankumous.org/blogi
Vapamedia: <http://www.vapamedia.fi/blogi/>
Yhteiskunta-aiheinen blogi / Ari Lakso alias Ville: <http://markkinat-politiikka-media.blogspot.fi/>
Yksilönvapauksien ja tasa-arvon puolesta:
<http://janikorhonen.puheenvuoro.uusisuomi.fi/>

LIITE 2. Koodausohje

LUOKKA

- 1. Ajankohita
- 2. Päivityksen pituus/yksiköt

- 2a) 1 yksikkö
- 2b) 2 yksikkö
- 2c) 3 yksikkö

- 2d) 4 tai enemmän yksikkö

- 3a) Yksikön osikko

3. Otsiko

4. Kritiikin lajit

- 4a) Asiavirheiden lauseen määrittäminen

- 4b) Yksivirheistä sanovalvasta

- 4c) Huono argumentointi

- 4d) Lähtökohdan puuttuminen/epäselvyys

- 4e) Journalistien toimien juoksupöytäkalenterina

- 4f) Virheelliset asayhteydet/kuluttajat

- 4g) Pöytäseurustelu/asioiden tarkoituksellisen esittämisen harjoittelu

- 4h) Kriteeritonta/haarpohtava/huono otsikko

- 4i) Kriteerittömyys/omittelajien asioihin perehtymättömyys/yksipuolisuus

- 4j) Media-alan rakenteelliset ongelmat

- 4k) Yhteisöllinen käsityshäiriö ja koulutus

- 4l) Toimittajien persoonallisuus/rokkityylinen

- 4m) Journalistien negatiivisuus

- 4n) Suosittelevien juttujen esittämisen

- 4o) Muu

- 5a) Juttu tekijä (toimittaja tms)

- 5b) Juttu tekijän esimies (päätoimittaja tms.)

- 5c) Juttu julkaisija (lehti/medialato, konserni tms.)

- 5d) Koko journalistien instituutio/omittelajakunta

- 5e) Muu

- 6a) Nyöäryyden/rokkisuus/kriittisyys (+)

- 6b) Uusi näkökulma/neutraliteetti (-)

- 6c) Eri media/rokkisuus (-)

- 6d) Kirjoittajan oma näkökulma

- 7a) Yksityiset juttu/luokko

- 7b) Suosittelevat juttu/Google+ssa

- 7c) Kommentit juttu/ Twitterissä

- 7d) Muut toiminnat muualla sosiaalisessa mediassa

OHJELTA KOODAAMISEEN

- 1) Kaikki analyysiyksikössä esitetyt kritiikki merkittävien asioiden omaa luokkaa vastaavalla koodilla. Kun kaikki kritiikit on kirjattu, katsotaan, ovatko kaikki samoja vai eitä. Jos ne ovat samoja, kritiikki koetaan kyseisen luokkaan. Jos analyysiyksikössä on useita eri luokkia kriittiköitä, Eri luokkia ei kritiikkiä yhdistetä samaan luokkaan. Kirjoittajan kyseisen analyysiyksikössä Ziemer tai tavittavissa 3:een eri luokkaan.
- 2) Jos eri kritiikkiä yhdistetään samaan luokkaan, luokkaan luokitellaan vain se luokka, johon kritiikkiä yhdistetään. Jos kritiikkiä yhdistetään useampaan luokkaan, luokkaan luokitellaan vain se luokka, johon kritiikkiä yhdistetään.
- 3) Samalla koodilla käsitellään kritiikin tarjonta. Joskus kritiikkiä yhdistetään useampaan luokkaan, jolloin kritiikkiä yhdistetään useampaan luokkaan. Jos kritiikkiä yhdistetään useampaan luokkaan, luokkaan luokitellaan vain se luokka, johon kritiikkiä yhdistetään.
- 4) Kaikki kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä.
- 5) Kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä.
- 6) Sosiaalisen median juttu (Twitter, Facebook, Instagram) koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä.
- 7) Sosiaalisen median juttu (Twitter, Facebook, Instagram) koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä. Eri juttu kommentit koetaan luokkaan analyysiyksikössä.

Määrittömiä kommentteja/asioiden nimityksiä ja koodia. Huom. Kaikissa bloginissa ei ole käytetty kaikkia jakomahdollisuuksia.

LUOKKAN KUVAUS

kirjoittajan palkkion, jona blogijulkaisu on julkaistu.

Yksikkö on yhden osion ja sen alaisen osion kokonaisuus. Otsikko voi olla päätösotsiko tai aliotsikko.

Kirjoittajan käsiteltävien yksikön otsikko kokonaisu (ei pääjuttuun otsikko tai joku välikokous).

Jos kirjoituksessa on asiasta jokin yksittäinen lause tms. Tai jos asiasta on oikaisu tai huomautus, että kirjoittaja olisi pitänyt tehdä.

Jos kirjoituksessa on asiasta jokin yksittäinen lause tms. Tai jos asiasta on oikaisu tai huomautus, että kirjoittaja olisi pitänyt tehdä.

Jos arvioidaan, että blogijulkaisu on perusteellisesti esittämällä huono/epäselvä tai ei esitä olehtaan. Kritiikki koskee kokonaisuutta ja muita kannanottoja.

Jos mainitaan muu asia, että akupuntin lähtö oli ollut kyseessä/asiasta pitänyt inkkilä tms. Jos arvioidaan, että toimittaja on laiminlyönyt tms. Jos arvioidaan, että toimittaja on laiminlyönyt tms. Jos arvioidaan, että toimittaja on laiminlyönyt tms.

Tämä voi tapahtua joko TEDOS TAVATTA TIEDOSTAEN, ts. siihen ei ole otettu kantaa. Kritiikin mukaan journalistin toimien tarkoituksellisen esittämisen harjoittelu.

Jos arvioidaan, että toimittaja on ymmärtänyt asian väärin. Jos arvioidaan, että juttu on omiaan aiheuttamaan lukijassa väärinkäsityksiä/ymmärtämyksiä.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa. Jos arvioidaan, että toimittaja on TARKOITUKSELLA väärin esittänyt asiaa.

Kirjoittajan, milloin kritiikkiä lähtö luokkaan tulee.

Eritellään, mitä toimijaa kohtaan kritiikki kohdistuu. (Useimmiten yksi tarjo, mutta jos kritiikkiä on paljon, myös tarjonta voi olla useita.)

Eritellään, mitä toimijaa kohtaan kritiikki kohdistuu. (Useimmiten yksi tarjo, mutta jos kritiikkiä on paljon, myös tarjonta voi olla useita.)

Eritellään, mitä toimijaa kohtaan kritiikki kohdistuu. (Useimmiten yksi tarjo, mutta jos kritiikkiä on paljon, myös tarjonta voi olla useita.)

Eritellään, mitä toimijaa kohtaan kritiikki kohdistuu. (Useimmiten yksi tarjo, mutta jos kritiikkiä on paljon, myös tarjonta voi olla useita.)

Kritiikin kohteena esim. juttu haastattelusta tai kritiikkiä kohtaan ei ole yksittäistä.

Kaikki bloggaajan OMT: tennin kommentit/erittelyt, esim. juttu jutu tms/lauselmien kommentit, vastaukset kommentteihin yms.

Kirjoittajan lukumäärä

Kirjoittajan lukumäärä

Eritellään mitä, missä

LIITE 3. Tutkimuskysely

Journalismikritiikki suomalaisissa blogeissa

Tämä on kolmiosainen kysely suomalaisista journalismikriittisistä blogeista. Kyselytutkimuksen tietoja käytetään journalistiikan pro gradu -tutkimuksessa Jyväskylän yliopistossa sekä Todenmukainen journalismi -tutkimushankkeessa, jota rahoittaa Helsingin Sanomain Säätiö.

Kyselyn ensimmäisessä osassa kartoitetaan blogin taustatietoja. Kyselyn toisessa osassa käsitellään vastaajan käsityksiä journalismin tilasta ja journalismikritiikistä. Kolmannessa osassa kerätään muutama taustatieto vastaajasta.

Vastaa kaikkiin kysymyksiin. Jos sopivaa vaihtoehtoa ei löydy, käytä muu-vaihtoehtoa ja kuvaile tilannetta. Siirry nyt sivulle 2.

Osa 1: Tietoja blogista

1. Blogisi nimi ja www-osoite?

.....

2. Blogisi ikä vuosissa?

Ensimmäisestä päivityksestä laskien.

Merkitse vain yksi soikio.

alle 1 vuosi

1-2 vuotta

3-5 vuotta

yli 5 vuotta

Muu:

3. Paljonko blogillasi on lukijoita?

Kuvaile tilannetta keskimäärin. Jos tarkkaa tietoa ei ole, esitä oma arviiosi.

Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.

	alle 10	11- 50	51- 100	101- 200	201- 500	501- 1000	1001- 2000	2001- 5000	5001- 10 000	10 001- 15 000	15 001- 20 000	20 000+
Lukijoita/päivä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lukijoita/viikko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lukijoita/kuukausi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Haluatko täsmentää jotain antamaasi lukua?

.....

.....

.....

.....

.....

5. Tiedätkö, keitä lukijat ovat?

Voit valita monta vaihtoehtoa.

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Ystäviä ja tuttuja
- Työkavereita tai muita saman ammattiryhmän ihmisiä
- Toisia bloggaajia/toisten blogien kautta tulleita
- Googlen tai muun hakukoneen kautta tulleita
- Satunnaisia netissä surffaajia
- En tiedä
- Muu:

6. Kuinka usein päivität blogiasi?

Merkitse vain yksi soikio.

- Päivittäin
- Muutaman kerran viikossa
- Muutaman kerran kuukaudessa
- Kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa

Osa 2. Journalismikritiikki

Journalismikritiikki on arviointia ja analyysia, joka kohdistuu joko journalismiin yleisesti, tai sen tekijöihin ja tuotoksiin (esim. uutiset, kolumnit, TV- ja radio-ohjelmat jne).

Journalismikritiikki on siis suppeampi käsite kuin mediakritiikki, joka kohdistuu mediaan yleensä (esim. mainokset, elokuvat, sosiaalinen media).

Journalismikritiikki ei myöskään ole yhteiskuntakritiikkiä. Ts. siinä huomio kiinnittyy itse journalistiseen juttuun tai jutun tekijään, ei niinkään ilmiöön/asiointilaan jutun takana.

Seuraavilla kysymyksillä kartoitetaan käsityksiäsi suomalaisesta journalismista ja journalismikritiikistä.

7. Miksi itse harrastat journalismikritiikkiä?

.....

.....

.....

.....

.....

8. **Mistä löydät aiheet omille journalismikriittisille blogikirjoituksillesi?**

Voit valita useamman vaihtoehdon.

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Painetuista sanomalehdistä, TV-ohjelmista, radio-ohjelmista (= perinteinen media)
- Netissä olevista suomalaisista online-sanomalehdistä
- Netissä olevista ulkomaisista online-sanomalehdistä
- Muista blogeista
- Sosiaalisesta mediasta (Facebook, Twitter jne.)
- Muilta nettisivustoilta
- Muu:

9. **Mainitse vielä nimeltä muutamia medioita, joista löydät aiheita journalismikritiikillesi.**

Esim. sanomalehden nimi, blogin nimi, sivuston www-osoite tms.

.....

.....

.....

.....

.....

10. **Missä asioissa suomalainen journalismi mielestäsi parhaiten onnistuu?**

.....

.....

.....

.....

.....

11. **Missä asioissa suomalainen journalismi mielestäsi pahiten epäonnistuu?**

.....

.....

.....

.....

.....

12. **Kuinka todenmukaista eli paikkansa pitävää tieto suomalaisessa journalismissa yleensä on?**

Vaihtoehdot: 1. Erittäin paikkansa pitävää, 2. Yleensä paikkansa pitävää, 3. Jonkin verran paikkansa pitävää 4. Ei kovinkaan paikkansa pitävää 5. Ei koskaan paikkansa pitävää.

Halutessasi täsmennä vastaustasi seuraavassa kysymyksessä.

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5

Erittäin paikkansa
pitävää

Ei koskaan paikkansa
pitävää

13. **Haluatko täsmentää vastaustasi journalismin todenmukaisuudesta?**

.....

.....

.....

.....

.....

14. **Kuinka luotettavina pidät seuraavia uutisorganisaatioita?**

Vaihtoehdot: 1. Luotan erittäin paljon, 2. Luotan melko paljon, 3. En luota paljon enkä vähän, 4. Luotan vain vähän, 5. En luota lainkaan, 6. En osaa sanoa

Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.

	1	2	3	4	5	6
Helsingin Sanomat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ylen uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilta-Sanomat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iltalehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MTV3:n uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
STT:n uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oman alueesi maakuntalehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oman alueesi paikallislehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. **Kuvaile luottamustasi suomalaiseen journalismiin yleensä.**

Vaihtoehdot: 1. Luotan erittäin paljon, 2. Luotan melko paljon, 3. En luota paljon enkä vähän, 4. Luotan vain vähän, 5. En luota lainkaan.

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Erittäin paljon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	En lainkaan

16. Mitkä asiat mielestäsi eniten haavoittavat ihmisten luottamusta journalismiin?

Valitse enintään viisi vaihtoehtoa.

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Selkeät asiavirheet (esim. nimet, luvut, yksityiskohdat väärin)
- Kielivirheet (esim. kirjoitusvirheet, huonot sanavalinnat)
- Oikaisujen riittämättömyys/puuttuminen kokonaan
- Lähdetietojen puuttuminen/jutun plagiointi usein ulkomaisista lähteistä
- Liiallinen subjektiivisuus (asioita katsotaan vain yhdestä näkökulmasta)
- Virheelliset asiayhteydet/tulkinnat (sinänsä paikkansapitävät faktat väärässä yhteydessä synnyttävät virheellisen kokonaiskuvan)
- Haastateltavien/näkökulmien tarkoituksellinen valitseminen harhaanjohtavasti/yksipuolisesti (esim. toimittajan poliittisten tarkoituserien vuoksi)
- Katteettomat/harhaanjohtavat otsikot
- Toimittajan asiaan perehtymättömyys (asian käsittely liian pinnallisella tasolla)
- Vakavien asioiden viihteellinen käsitteleminen (esim. politiikan karnevalisointi)
- Näennäisjournalismi (uutisten tekeminen aiheista, jotka eivät ole uutisia)
- Toimittajien käyttäytyminen (esim. haastattelutilanteissa/sosiaalisessa mediassa)
- Uutisoinnin negatiivisuus (kaikkiin asioihin pyritään löytämään "kriittinen kärki")
- Muu:

17. Miten nykyisenkaltaista journalismia voisi mielestäsi parantaa?

.....

.....

.....

.....

.....

Vastaajan taustatiedot

Kaikki tiedot käsitellään nimettöminä.

18. Ikäsi?*Merkitse vain yksi soikio.*

- Alle 20
- 20-24
- 25-29
- 30-34
- 35-39
- 40-49
- 50-59
- 60+

19. Sukupuolesi?

Merkitse vain yksi soikio.

- Nainen
- Mies

20. Koulutusasteesi?

Valitse viimeisin tutkintosi.

Merkitse vain yksi soikio.

- Kansa- tai peruskoulu
- Keskiaste (ylioppilas ja/tai ammattitutkinto)
- Alempi korkeakoulututkinto
- Ylempi korkeakoulututkinto
- Tohtori/lisensiaatin tutkinto
- Muu:

21. Päätoiminen ammattisi?

Ammattinimike ja/tai työtehtävän kuvaus muutamin sanoin. Jos et ole työelämässä, kuvaile asemaasi (esim. opiskelija).

.....

22. Sivutoiminen ammattisi, jos on?

Ammattinimike ja/tai työtehtävän kuvaus muutamin sanoin.

.....

23. Saako blogisi nimeä ja www-osoitetta julkaista tutkimusraportissa? Bloggaajan nimeä ei mainita.

Pro gradu julkaistaan kirjallisena Jyväskylän yliopistossa sekä PDF-muodossa internetissä yliopiston kirjaston opinnäytetyöarkistossa.

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- kyllä
- ei

24. Saako sinuun ottaa tarvittaessa yhteyttä tarkentavia kysymyksiä varten?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- kyllä
- ei

25. **Suurkiitos tutkimukseen osallistumisesta! Pysin ilmoittamaan sinulle sähköpostitse, kun tutkimus on luettavissa verkossa. Jos haluat vielä sanoa jotain journalismikritiikkiin tai kyselyyn liittyen, käytä alla olevaa tilaa.**

.....

.....

.....

.....

.....

Palvelun tarjoaa



LIITE 4.

Tutkimuskyselyn avointen vastausten ryhmittely

Miksi harrastat journalismikritiikkiä?

Oma tausta toimittajana: 1111111111

Journalismin jakautuminen kahtia, ensimmäisen vahvistaminen ja jälkimmäisen

kritisoiminen: 11111111

Kiinnostus johonkin aiheeseen, sitä koskevan uutisoinnin kritisoiminen: 1111

Journalismikriittiset aiheet tulevat ”vahingossa” muun ohessa: 1111

Journalismi on niin tärkeä vaikuttaja, että se tarvitsee valvojan/esiliinan: 111

Journalismikritiikkiä on liian vähän: 111

Oman pätevyyden korostaminen, tarve ottaa kantaa: 111

Puolueettomuuden paljastaminen epätasapuolisuudeksi, medialukutaidon

kasvattaminen: 111

Journalismikritiikki kuuluu osana työhön (esim. tutkija): 111

Riippumattomuus (ei enää aktiivitoimittaja): 11

Journalismin asiavirheiden esiintuominen: 11

Journalististen käytäntöjen avaaminen: 11

Hyvä väylä yhteiskuntakritiikkiin: 1

Median muutoksen analysointia: 1

Kyllästyminen, hermostuminen journalismiin: 1

Missä journalismi parhaiten onnistuu?

Perusuutisointi: 11111

Korrektius, hillitty ihmisten- ja asiankäsitteily, pahimpien ylilyöntien välttäminen vrt.

esim. USA:n mediaan: 11111

Yhteisen kansallisen kokemuksen rakentaminen, (hurmos)hengen/närkästyksen

nostattaminen: 1111

Objektiivisuus/neutralisuus tai siihen pyrkiminen: 1111

Faktat oikein: 111

Paikallislehdet demokratian ylläpitäjinä, paikalliset jutut: 111

Laaja-alaisuus, kokonaiskuvan välittäminen: 111

Asioista saa puhua vapaasti, journalismin riippumattomuus: 111

Laadukas journalismi (data-, tutkiva- ja lifestylejournalismi, pitkät henkilöjutut): 111

Longplay, pitkät taustoittavat artikkelit: 111

Suomen Kuvalehti: 11

HS:n Kuukausiliite: 11

Image: 1

Paljon ammattitaitoisia tekijöitä, journalistien eettisyys: 11

Journalismin selkeys, arkisuus, tajuttavuus: 1

Tasainen laatu, odotusten mukainen suoritus: 1

Vallan väärinkäyttöksiin/epäkohtiin puuttuminen: 11
Erikois- ja ammattilehdet: 1
Oman tärkeyden korostaminen: 1
Journalismin tason säilyttämisessä talouden kiristyessä: 1
Epä uutisten esiin nostaminen: 1

Missä journalismi pahiten epäonnistuu?

Klikkien kalastelu (esim. otsikoin), sensaatiohakuisuus, päivän aiheen/kohun ympärillä

touhuaminen, merkityksettömät epä uutiset: 111111111111

Liiallinen kepeys/pinnallisuus/pohjatietojen/taustojen puuttuminen: 11111111

Näkökulmien vähäisyys, lähdevalintojen eliittivetoisuus/suppeus: 11111111

Tasapuolisuuden puute, joidenkin tahojen annetaan sanella faktat ja todellisuuden

luonne (tekijänoikeuskeskustelu, etujärjestöt, puolustusvoimat, asiantuntijat, sodat):

1111111

Copy-paste-jutut, ei tarkisteta lähteitä: 1111111

Uutisoiminen mediasta itsestään, ammattikunnan sisäinen kritiikki, oman vallankäytön

ymmärtäminen/tiedostaminen: 11111

Vähemmistöjen aseman käsittely, uuden, yllättävän tai erilaisen asian kohtaaminen:

1111

Lähteet ja jutuntekoprosessi liian piilossa, oikaisukäytännöt: 1111

Konsensushakuisuus, yleisten totuuksien mukaan kirjoittaminen/uutisoiminen: 111

Vääränlainen objektiivisuus/tasapuolisuus (esim. ei sanota rasismia rasismiksi, vaan mielipiteiksi; kun asia on esitetty, se riittää): 111

Huuhaa-artikkelit: 11

Nettiaikakauden kanssa epäonnistuminen: 11

Tutkivan journalismin (näkemyksellisyys, syvällisyys, erikoistuneisuus) väheneminen:

11

Liiketoimintamallien uudistaminen, resurssien kohdentaminen, toimivan kokonaisuuden

muodostaminen: 1111

Toimittajan/toimituksen omien poliittisten näkemysten/tavoitteiden

esiintuominen/ajaminen: 11

Poliittisen ja yhteiskunnallisen apatian lietsominen: 1

Liiallinen Suomi-keskeisyys: 111

Poliittisen debatin nostattaminen: 111

Tylsyys, lillukanvarsien ja totunnaisuuksien ympärillä pyöräminen: 1

Historialliseen kontekstiin sitominen: 1

Lehdet yrittävät sisältää kaikkea, ”täyden” palvelun lehti”: 1

Turhaa hengenluontia totuuden kustannuksella (maakuntalehdet): 1

Negatiivisuus: 1

Toimituksellisen päätäntävallan siirtyminen yhä harvempien käsiin: 1

Miten journalismia voisi parantaa?

Enemmän aikaa/resurssia toimitustyöhön: 1111111111

Avoimuus: linkit lähteisiin, jutun lähtökohdat ja tekoprosessi esiin, korjaukset näkyviin,

palautekanavat kuntoon: 1111111

Haastateltavien ja näkökulmien jakauma monipuolisemmaksi (esim. yritysten edustajat,

mutakin asiantuntijoita kuin ”päivystävät dosentit”): 111111

Ilmestymiskertojen harventaminen, printistä digijulkaisuun

siirtyminen/merkityksettömien juttujen vähentäminen, uutistulvasta

hitaampaan/laadukkaampaan journalismiin, uutisvoittoajattelun lopettaminen: 111111

Toimittajakoulutuksen uudistaminen: 11111

Itsekritiikin ja journalismikritiikin lisääminen toimituksissa ja siihen kannustaminen,

toimituksen tavoitteiden määrittäminen, toimittajuuden uudelleenmäärittely: 11111

Pesäero objektiivisuuden ja neutraaliuden ideaaleihin, subjektiivisuuden tunnustaminen

ja toteuttaminen, keskustelelevampi, yhteiskuntakriittisempi ote: 11111

Vuorovaikutusta yleisön ja sisällöntuottajien välille, esim. netin kautta, journalistisen

prosessin avaaminen yhteistyölle: 1111

Laiskuus pois ja taustatyö haltuun: 1111

Enemmän erityisosaamista toimittajille, nichemedioiden kehittäminen: 111

Faktojen tarkistaminen: 111

Juttu ulos useamman portaan kautta: 11

Otsikkotehtailu ja lukijoiden kalastelu epäuutisilla pois: 11

(Maailmanparannus)agenda pois, oman ideologisen kotipesän

tunnistaminen/tunnustaminen: 11

Tapahtumien käsittelystä ilmiöiden ja prosessien käsittelyyn, ilmiöiden seuraaminen

reaaliaikaisesti, ei jälkikäteen: 11

Keskittyminen oman piirin asioihin (maakuntalehdet maakunnan asioihin, puoluelehdet

poliittisiin asioihin jne.): 1

Asenne kuntoon: tunnetta, huumoria, hyvántahtoisuutta, turha negatiivisuus pois: 11

Medialukutaidon lisääminen lapsesta lähtien: 1

Kuvankäytön parantaminen ja ammattitaitoistuminen: 1

Yleisen mielipiteen/kollegoiden mielistelyn lopettaminen: 1

Tarinallisuuden hyödyntäminen: 1

Alalle useammanlaisia ihmisiä (etnisyys, sukupuolet jne.), freelancereiden

arvostaminen: 1