

Ruudusta lehteen, lehdestä kahvipöytään  
Televisio-ohjelmat iltapäivälehtien aiheina syksyllä 2012

Kati Pukki

Kevät 2015

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

## Sisällysluettelo

1 JOHDANTO	1
1.1 Televisio-ohjelmajournalismi ennen ja nyt	2
1.2 Tutkimuskysymykset	4
2 ILTAPÄIVÄLEHTI JA TV – VIIHTEEN PARIVALJAKKO	7
2.1 Viihdyttävä, koukuttava iltapäivälehti	7
2.1.1 <i>Ilta-Sanomat</i>	9
2.1.2 <i>Iltalehti</i>	10
2.2 Rikos, kuolema ja yksityiselämä – iltapäivälehdien lempiaiheet	12
2.3 Televisio: uuden ajan viihdyttäjä	15
2.3.1 <i>Hyvä Yleisradio, paha MTV</i>	16
2.3.2 <i>Ohjelmatarjonta nyt ja tulevaisuudessa</i>	17
3 MEDIA MEDIASSA: YHTEISPELIÄ JA KONSERNISUHTEITA	20
3.1 Median keskittyminen ja konsernijournalismi	20
3.2 Televisio-ohjelmat iltapäivälehdistä	23
3.3 Mediajournalismi – median puhetta mediasta	26
4 AINEISTO JA MENETELMÄT	28
4.1 Aineiston rajaus	28
4.2 Määrällinen sisällön erittely	29
4.3 Laadullinen sisällönanalyysi	30
5 KATSAUS ILTAPÄIVÄLEHTIEN TV-SYKSYYN 2012	32
5.1 Luokittelurunko	32
5.2 Luokittelun eteneminen	36
5.3 Tulokset	37
5.3.1 <i>Iltapäivälehtien esiin nostamat ohjelmat</i>	38
5.3.2 <i>Juttujen sävy iltapäivälehdistä</i>	41
5.3.3 <i>Juttuaiheet ja osastot</i>	43

5.3.4 Yhteenveto	45
6 KOLME TARINAA TV-OHJELMAJOURNALISMISTA	47
6.1 Musta Mannerheim ja sinivalkoinen iltapäivälehdistö	48
6.1.1 <i>Ilta-Sanomat ja Marski</i>	50
6.1.2 <i>Iltalehti ja Marski</i>	54
6.1.3 <i>Yhteenveto</i>	60
6.2 ”Ei meidän verorahoilla” – Ilta-Sanomien Yle-viha	62
6.3 Oma konserni, paras konserni?	67
6.3.1 <i>Tanssii tähtien kanssa</i>	70
6.3.2 <i>Vain elämää</i>	73
6.3.3 <i>Yhteenveto</i>	75
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	79
7.1 Avoliiton kolmas kultakausi	80
7.2 Kaksi lehteä – yksi agenda	81
7.3 Kumpi määrää kaapin paikan?	83

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department Viestintätieteiden
Tekijä – Author Kati Pukki	
Työn nimi – Title Ruudusta lehteen, lehdestä kahvipöytään Televisio-ohjelmat iltapäivälehtien aiheina syksyllä 2012	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Kevät 2015	Sivumäärä – Number of pages 84
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tämä tutkielma selvittää iltapäivälehtien ja televisio-ohjelmien välistä suhdetta, ja sitä, mitkä seikat siihen vaikuttavat. Tutkimuksen kohteena on iltapäivälehtien televisio-ohjelmauutisointi syksyllä 2012 ja siinä näkyvät aihevalinnat, asenteet ja trendit, sekä iltapäivälehtien ja televisio-ohjelmien tapa luoda ja ylläpitää yhdessä julkisia puheenaiheita. Keskeisessä osassa ovat konsernikytkökset ja vertaaminen aikaisempaan, noin kymmenen vuoden takaiseen aiheesta tehtyyn tutkimukseen.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytetään määrällistä sisällönerittelyä sekä laadullista sisällön analyysia tapaustutkimusten muodossa. Tapaustutkimuksilla selvitetään syvemmin määrällisessä luokittelussa esiin nousseita tv-ohjelmajournalismiin liittyviä ilmiöitä.</p> <p>Yksittäisiä aineistosta esiin nousseita ilmiöitä ovat iltapäivälehtien ja tv-ohjelmien välillä säilynyt erityislaatuinen suhde, Ilta-Sanomien negatiivinen asenne Yleä kohtaan, MTV3:n dominoiva asema tv-ohjelmajournalismissa ja isojen ohjelmaskaakkelien uutisoinnissa toistuva kaava.</p> <p>Tutkimus osoittaa, että iltapäivälehdissä käsiteltyjen televisio-ohjelmien kirjo on laajentunut valtavasti kymmenen vuoden aikana. Kotimaiset tosi-tv-ohjelmat aitoine ihmisineen ja julkisuudesta tuttuine henkilöineen ovat nousseet tv-aiheisten juttujen keskiöön, kun vielä kymmenisen vuotta sitten ulkomaalaiset draamasarjat saivat paljon huomiota iltapäivälehdissä. Iltapäivälehdet ja televisio tarvitsevat toisiaan, eikä kumpikaan selviäisi yhtä hyvin ilman toista. Televisiolla on paljon valtaa puheenaiheiden muodostamisessa, kun taas iltapäivälehdillä on mahdollisuus joku nostattaa ohjelmia entisestään tai halutessaan jopa tuhota ne. Iltapäivälehdet tarvitsevat ohjelmia saadakseen myyviä aiheita, ohjelmat taas lehtiä saadakseen huomiota.</p>	
Asiasanat – Keywords Iltapäivälehti, televisio, ohjelmajournalismi, tosi-tv, agenda setting, konvergenssi, mediajournalismi, sisällön analyysi, sisällönerittely, tapaustutkimus, julkisuus	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos	
Muita tietoja – Additional information	

## 1 JOHDANTO

*Näin Krisse juhli voittoa. Tätä et nähnyt tv:ssä. Halonenkin tunnelmoi*  
(Iltalehden lööppi 3. joulukuuta 2012)

*Vain elämää -tähdien raju elämäntarina. Ensikännit 10-vuotiaana*  
(Ilta-Sanomien kansi 17. marraskuuta 2012)

*Katri Helena murtuu TV:ssä. Muisto kuolleista rakkaista saa kyyneliin. Nelosen Vain elämää -sarja*  
(Iltalehden lööppi 14. marraskuuta 2012)

Nämä esimerkit ovat iltapäivälehtien lööppien ja kansien otsikoita syksyn 2012 ajalta. Ne kaikki liittyvät televisio-ohjelmiin – tarkemmin sanottuna syksyn suosituimpiin ja puhutuimpiin viihdeohjelmiin. Niitä katsoessa mieleen nousee kysymys television ja iltapäivälehtien välisestä yhteisymmärryksestä. Millainen kahden välineen liitto lööppien taakse kätkeytyy?

Pintapuolisesti toki tiedän vastauksen kysymykseen. Olen työskennellyt kaksi ja puoli vuotta Ilta-Sanomien viihde- ja viikonvaihdetoimittajana ja parhaillaan olen töissä MTV:n viihde- ja tv-ohjelmatoimituksessa. Olen seurannut läheltä keskusteluja siitä, mikä tv-ohjelma kiinnostaa yleisöä tarpeeksi laajasti, jotta siitä kannattaisi tehdä juttu, kuinka mehukasta sisältöä pienessä tv-ohjelmassa on oltava, jotta se rikkoisi uutiskynnyksen ja siitä, minkä ohjelmien esiintyjät tai tähdet halutaan saada henkilöhaastatteluihin. Toisaalta olen myös neuvotellut kanavien ja tuotantoyhtiöiden tiedottajien kanssa siitä, millaista sisältöä he voisivat tarjota, jotta julkaisisimme heidän ohjelmistaan juttuja.

Kun televisio-ohjelma saavuttaa Suomen kokoisessa maassa miljoonayleisön, lienee selvää, että muutkin mediat haluavat tavoittaa tuon yleisökunnan. Helpoimmin ja varmimmin se käy, kun tarjoilee hieman eri muodossa sitä, mistä ihmisten tiedetään jo valmiiksi pitävän – suosittuun televisio-ohjelmaan liittyviä uutisia.

Kun harva se päivä lukee toimituksen aihelistalta ideoita Putous- ja Vain elämää -tähdistä tai Satuhäät-parin omituisesta goottiseremoniasta, alkaa väkisinkin miettiä,

kuinka paljon, millaisista näkökulmista ja missä valossa iltapäivälehdet tv-ohjelmien tarjoamista aiheista pyrkivät hyötymään. Miten ja miksi juuri televisio on saavuttanut johtoasemansa mediakentällä? Miksi itsemurhayritys *Salatuissa elämissä* nousee yhteiskunnan polttavimmaksi moraalikysymykseksi, kun samaan aikaan kirjailijat voivat julkaista vaikka kuinka traagisia kuvauksia ihmiskohtaloista? Tämän tutkimuksen tarkoituksena on ottaa tästä selvää.

### 1.1 Televisio-ohjelmajournalismi ennen ja nyt

Tämän pro gradu -työn perustana on Juha Herkmanin (2005) väitöskirja *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*, jossa hän tutkii kaupallisen television ja iltapäivälehtien erityistä suhdetta mediamarkkinoilla. Herkmanin päällimmäisenä tarkoituksena on selvittää, millaista julkisuutta iltapäivälehdet tuottavat televisiokanaville. Hänen tutkimuksensa keskiössä on siis televisio ja iltapäivälehtien juttujen vaikutus siihen.

Herkmanin tutkimus on kaksiosainen. Ensin hän tekee erittäin perusteellisen määrällisen tutkimuksen television näkymisestä iltapäivälehdissä vuosina 1996–2001 – ei ainoastaan jutuissa, vaan myös lööpeissä ja etusivuissa, kuvissa ja mainoksissa. Sen jälkeen hän syventyy vielä kolmen tapaustutkimuksen avulla aineistoonsa ja lähestyy tapauksia kriittisen diskurssianalyysin kautta. Herkmanin tavoin teen oman tutkimukseni niin ikään kahdessa osassa, määrällisenä luokitteluna sekä laadullisina, syvemmälle luotaavina tapaustutkimuksina.

Kaksi Herkmanin tapaustutkimuksen kohteista eivät liity niinkään televisio-ohjelmiin, vaan laajemmin televisiokanavien toimintaan. Hän analysoi uutisointia neljännessä valtakunnallisesta tv-kanavasta käydystä kilpailusta vuonna 1996, sekä Nelosen lähetystoiminnan aloittamisesta vuonna 1997 (Herkman 2005: 169, 201). Herkmanin kolmas tapaus sen sijaan liittyy *Ally McBeal* -sarjan saamaan julkisuuteen ja aiheuttamaa keskusteluun Suomessa syksyllä 1999 (emt.: 225). Yksi olennainen ero Herkmanin ja oman tutkimukseni välillä onkin se, että hän kiinnitti huomiota televisioon ylipäänsä, ei vain televisio-ohjelmiin.

Herkmanin tutkimuksessa paljon huomiota saavat mediakonvergenssi, eli yhden mediatalon eri viestintämuotojen yhdentyminen (Matikainen 2012: 295), sekä konsernijournalismi, jossa tiedotusvälineet uutisoivat entistä enemmän oman konserninsa tuotteista (esim. Herkman 2005: 137–138). Hänen tutkimuksensa yksi oleellisista kysymyksistä on, miten konsernijournalismi näkyi Alma Medialle kuuluneiden MTV3:n ja Iltalehden sekä Sanoman Nelosen ja Ilta-Sanomien välisissä suhteissa (emt.: 19).

Omalla tutkimuksellani haluan viedä Herkmanin tuloksia hieman eteenpäin, mutta kuitenkin tutkia aihetta niin, että voin myös verrata omia tuloksiani hänen noin kymmenen vuoden takaisiin tuloksiinsa. Vaikka Herkmanin kirja on kohtalaisen uusi, se tarkastelee aihetta vuosina 1996–2001. Paljon on siis hänen tutkimuksensa jälkeen tapahtunut sekä iltapäivälehtien että televisio-ohjelmien saralla. Konsernijournalismin kannalta yksi oleellinen muutos on se, että Alma Media on myynyt MTV Oy:n Bonnier-konsernille, eikä Iltalehden ja MTV3:n välistä yhteyttä voi siksi enää kunnolla verrata vuosien takaiseen tilanteeseen.

Oman tuntumani mukaan iltapäivälehtien kiinnostus televisioon, sen ohjelmiin ja henkilöihin on vuosien mittaan kasvanut ja televisio-ohjelmat ovat lisääntyneet huomasti niiden aiheissa. Iltapäivälehtiä kritisoidaankin siitä, että ne pääsevät välillä liiankin helpolla kertoessaan vain, mitä jossakin televisio-ohjelmassa edellisenä päivänä tapahtui. Iltapäivälehdet käyttävät televisio-ohjelmia hyväkseen myös luodessaan puheenaiheita ja lietsoessaan paljon puhuttua kansan raivoa. Yksi esimerkki tästä on MTV3:n saippuasarja *Salatut elämät*, jonka rajuista kohtauksista ja ikärajaista väännetään tasaisin väliajoin kättä mediassa (kts. esim. Louko 2012). Toinen esimerkki, jossa tosin kyse on tv-elokuvasta eikä -sarjasta, on *Tuntematon sotilas*, jonka esitysaikaa Yle muutti lakimuutosten takia myöhäisemmäksi Itsenäisyyspäivänä 2012. Tästä syntyi kiivas keskustelu perinteiden rikkomisesta, jossa myös iltapäivälehdet olivat ahkerasti mukana heittäessä vettä myllyyn. (Esim. IS 2012a.)

Iltapäivälehdet eivät kuitenkaan ole yhteistyön ainoita hyötyjiä. Myös televisiokanavat itse haluavat, että niiden ohjelmat saavat näkyvyyttä. Kanavat ja tuotantoyhtiöt ovat sisäistäneet iltapäivälehtien tavan kirjoittaa ohjelmista ja oppineet

käyttämään sitä hyödykseen. Työssäni iltapäivälehdessä olen huomannut, että kanavat tarjoavat ohjelmiaan lehdistölle katsottavaksi jopa useita päiviä etukäteen ja miettivät itse aktiivisesti kulkia, joita tarjota iltapäivälehdistä.

En usko, että taustani iltapäivälehdessä estää minua olemasta kriittinen ja objektiivinen aineistoani kohtaan. Päinvastoin uskon, että voin käyttää kokemustani hyödykseni. Minulla on paljon sellaista tietoa, jota iltapäivälehdissä työskentelemättömät eivät edes voisi tietää, mikä saattaa auttaa minua selittämään joitakin tutkimuksessani eteen tulevia ongelmia ja ilmiöitä.

Uskon, että tämän tutkimuksen tulokset kiinnostavat paitsi iltapäivälehtien toimittajia itseään myös televisiokanavien ja tuotantoyhtiöiden työntekijöitä, jotka miettivät keinoja saada lisää näkyvyyttä ohjelmilleen. Sen lisäksi se varmasti auttaa myös tavallisia median käyttäjiä ymmärtämään, miltä kantilta iltapäivälehdet televisio-ohjelmia katsovat ja millä tavalla ne televisio-ohjelmajournalismin kautta pitävät keskustelua yllä ja luovat yleistä mielipidettä.

## **1.2 Tutkimuskysymykset**

Yleisellä tasolla tämän tutkimuksen tarkoitus on vastata yhteen melko laajaan kysymykseen. Minua kiinnostaa erityisesti se, miten iltapäivälehdet käyttävät televisio-ohjelmia hyödykseen aihevalinnoissaan ja myynnissään ja siksi tutkimukseni pääkysymys on:

*1. Miten ja mistä näkökulmista Ilta-Sanomat ja Iltalehti käsittelevät televisio-ohjelmia?*

Pääkysymystä tarkentamaan olen kuitenkin laatinut yksityiskohtaisempia kysymyksiä, joilla haen siihen erilaisia lähestymiskulkia.

Kuten aiemmin mainitsin, haluan viedä Herkmanin tuloksia eteenpäin. Tutkimuksensa lopussa hän käy läpi tulostensa herättämiä jatkotutkimusaiheita. Eniten häntä kiinnostaa se, miten MTV3-kanavan myyminen pois Alma Medialta



vaikuttaa Iltalehden ja MTV3:n väliseen suhteeseen ja toisaalta Iltä-Sanomien asenteeseen MTV3:a kohtaan. (Herkman 2005: 319.) Herkmanin tutkimusta mukaillakseni ja jatkaakseni haluankin kiinnittää huomiota siihen, miten Iltalehden ja Iltä-Sanomien televisiouutisoinnit eroavat toisistaan. Sitä kautta voin pohtia myös konvergenssin vaikutuksia iltapäivälehtien ja tv-kanavien – tässä tapauksessa erityisesti Iltä-Sanomien ja Nelosen yhteistyölle. Toinen kysymykseni on siis:

*2. Millaisia eroja esiintyy Iltä-Sanomien ja Iltalehden tavoissa uutisoida televisio-ohjelmista?*

Vaikka lähestyn aihetta hieman eri näkökulmasta kuin Herkman, toimii hänen tutkimuksensa kuitenkin pohjana työlleni. Sen verran kuin laajuuden puitteissa voin ja tutkimukselleni hedelmällistä on, vertaan omia tuloksiani hänen tuloksiinsa. Tämän vertailun kautta pohdin:

*3. Miten iltapäivälehtien tapa kirjoittaa televisio-ohjelmista on muuttunut kymmenessä vuodessa?*

Myös tämän kysymyksen kohdalla voin kiinnittää huomiota mediakonvergenssiin näkökulmasta, jonka Herkman itse mainitsi tutkimuksensa lopussa jatkoaiheita pohtiessaan. Selvitän siis tämänkin kysymyksen kohdalla sitä, miten Alma Median pilkkominen ja tv-toiminnan myyminen ulkomaalaiseen omistukseen tammikuussa 2005 on vaikuttanut television saamaan julkisuuteen iltapäivälehdissä. Onko entinen almalainen MTV3 säilyttänyt suosionsa Iltalehden aiheissa? (Herkman 2005: 319.)

Lisäksi haluan kääntää huomion iltapäivälehtien tapaan synnyttää ja ohjata yleistä keskustelua kulttuurissamme. Kokemukseni ja aikaisemmin tässä luvussa esittelemieni esimerkkien pohjalta voin olettaa, että televisio-ohjelmat ovat iltapäivälehdille muutakin kuin pelkkiä juttuaiheita. Ne ovat aiheita, joiden avulla iltapäivälehdet voivat vaikuttaa siihen, mitkä puheenaiheet ja ilmiöt pysyvät yleisessä keskustelussa ja mahdollisesti jopa valinnoillaan ohjata sitä, mitä mieltä niistä ollaan. Siksi kysynkin neljänneksi:

*4. Miten iltapäivälehdet käyttävät televisio-ohjelmia luodakseen ja pitäväkseen yllä*

*keskusteluaiheita?*

Tämän kysymyksen avulla tarkastelen tutkimukseni tuloksia agenda setting -teorian avulla, tutkien iltapäivälehtien ja televisio-ohjelmien yhteistyötä agendojen asettamisessa. Agenda settingillä tarkoitetaan median kykyä vaikuttaa ihmisten mielipiteisiin ja käsityksiin siitä, mitkä asiat milläkin hetkellä ovat tärkeitä. Teorian mukaan ihmiset pitävät mediassa eniten esillä olevia yhteiskunnallisia aiheita, ihmisiä ja mielipiteitä tärkeimpinä myös omassa elämässään. (McCombs 2005: 543.) Siinä missä kolmeen ensimmäiseen kysymykseen saan paljon vastauksia jo tutkimukseni määrällisessä vaiheessa, jää neljännen kysymyksen pohtiminen myöhempään, laadulliseen vaiheeseen.

Tutkimukseni etenee niin, että käsittelen seuraavissa luvuissa 2 ja 3 aiheeseen liittyvää teoriaa ja tutkimukselleni hyödyllisiä taustatietoja. Ensimmäisessä teorialuvussa käyn läpi tutkimukseni keskeisiä tiedotusvälineitä, iltapäivälehtiä ja televisiota, ja niiden asemaa ja historiaa mediakentässämme. Toisessa teorialuvussa keskityn median konsernisoitumiseen, eli konvergenssiin, mediajournalismiin ja iltapäivälehtien ja television keskinäiseen yhteistyöhön.

Luvussa 4 esittelen aineistoni sekä käyttämäni tutkimusmenetelmät. Tämän jälkeen aloitan itse empiirisen tutkimuksen määrällisellä analyysillä luvussa 5. Kerron analyysin etenemisestä ja esittelen tulokset. Luvussa 6 on puolestaan laadullisen analyysin, eli määrällisen pohjalta laatimieni kolmen tapaustutkimuksen, vuoro. Syvennyn tapaustutkimuksissa erikseen valikoimiini artikkeleihin, jotka tukevat määrällisestä tutkimuksesta nousseita huomioitani. Viimeisessä luvussa 7 kokoon vielä yhteen koko tutkimusta ja sen tuloksia, sekä mietin aihetta eteenpäin.

## **2 ILTAPÄIVÄLEHTI JA TV – VIIHTEEN PARIVALJAKKO**

Tässä luvussa käyn läpi tutkimukseni kannalta olennaista teoriapohjaa. Avaan tutkimukseni keskeisiä teemoja ja käsitteitä ja esittelen aiheesta aikaisemmin tehtyä tutkimusta. Luvun tarkoitus on pureutua tutkimukseni kahteen olennaiseen välineeseen – iltapäivälehtiin ja televisioon. Perehdyn näiden tiedotusvälineiden historiaan ja nykytilaan, toimintatapoihin ja aiheisiin niin, että tämän luvun jälkeen tutkimukseni tavoitteita ja tuloksia on huomattavasti helpompi ymmärtää.

Koska tutkimukseni koskee nimenomaan suomalaisen iltapäivälehdistön ja television suhdetta, pysyn myös tässä luvussa pääasiassa maamme rajojen sisällä. Vertailun vuoksi käytän toki joitain esimerkkejä maailmalta, mutta on muistettava, että esimerkiksi Suomen iltapäivälehtien tyyli ja television ohjelmatarjonta poikkeavat merkittävästi etenkin yhdysvaltalaisista, mutta myös monilta osin eurooppalaisista vastineistaan.

### **2.1 Viihdyttävä, koukuttava iltapäivälehti**

Suomessa ilmestyy kaksi iltapäivälehteä, Sanoman omistama Ilta-Sanomat ja Alma Medialle kuuluva Iltalehti. Kumpikin ilmestyy kuusi kertaa viikossa, kaikkina muina päivinä paitsi sunnuntaina. Iltapäivälehdet olivat syntyessään ensimmäisiä puhtaasti kaupallisia sanomalehtiä Suomessa (Saari 2007: 23). Englannin kielessä iltapäivälehdessä käytetään sanaa tabloid (suom. tabloidi), joka on alun perin tarkoittanut vain tiettyä lehden sivukokoa. Suomessa tabloidilla tarkoitetaan yhä pääasiassa sitä, että lehti on kooltaan puolet esimerkiksi Turun Sanomien ja Keski-suomalaisen käyttämästä sanomalehtikoosta, broadsheetista. Myös Suomessa termi tabloidilehdistö on tosin pikkuhiljaa rantautumassa tarkoittamaan viihteellistä lehdistöä ylipäätään. (Saari 2007: 15.)

Sparks (2000: 14–15) jakaa sanomalehdet viiteen luokkaan, joista kaksi ensimmäistä ovat selkeästi asiajournalismin piiriin kuuluvia. Kolmanteen luokkaan kuuluville

lehdille, joita Sparks kutsuu suomennettuna vakaviksi viihdelehdiksi, on ominaista vahva panostus ulkoasuun ja suuri palstatila juoruille, urheilulle ja viihde-elämän uutisille. Kuitenkin näissä lehdissä myös vakavat uutiset saavat lähes yhtä paljon tilaa ja huomiota, kuin asiajournalismiin panostavissa lehdissä. Kaksi viimeistä kategoriala Sparks nimeää lehtikioski-tabloideiksi ja supermarket-tabloideiksi. Ensin mainitut keskittyvät sisällössään juoruihin, urheiluun ja viihteeseen, mutta seuraavat myös joitain vakavampia aiheita, kuten tärkeitä poliittisia tapahtumia. Viimeinen luokka on puhtaasti juoruille omistautunutta lehdistöä, jonka sisällöstä Sparkisin mukaan osa on seipettyä.

Sparks käyttää esimerkeissään lähinnä amerikkalaisia ja britannialaisia lehtiä. Suomessa iltapäivälehdet ovat erittäin paljon amerikkalaisia ja englantilaisia serkkujaan kesympiä ja lukeutuvatkin tyylinsä perusteella parhaiten vakavien viihdelehtien luokkaan. Kahta viimeistä luokkaa edustavat Suomessa esimerkiksi *7 Päivää* ja *Hymy*.

Suomessa iltapäivälehtien voidaankin tyylillisesti nähdä sijoittuvan jonnekin uutisten ja viihteen välimaastoon (Nieminen & Pantti 2004: 96). Suomalaisen iltapäivälehdistön epätieteellisen historiikin kirjoittanut Saari määrittelee iltapäivälehdien viihteelliseksi ja kevyeksi versioksi sanomalehdestä. Hänen mukaansa iltapäivälehtien lempiaiheita ovat urheilu, viihde ja useiden aiheyyppien rajat ylittävät skandaalit. Vakavia aiheita, kuten taloutta ja politiikkaa on iltapäivälehdissä vain harvoin, lukuun ottamatta poliitikkojen yksityiselämää ja paljastuksia. (Saari 2007: 16.)

Kevään ja kesän aikana vuonna 2007 Suomen iltapäivälehdet toteuttivat radikaaleimman muutoksen koko historiassaan. Silloin uutisoinnin tuorein, reaaliaikaisin kärki siirtyi lehdestä internetiin, kun aikaisemmin verkossa oli julkaistu lähinnä uutistoimistojen materiaalia ja jo aikaisemmin lehdessä uutisoituja aiheita. (Kivioja 2008: 7.) Kiviojan mukaan tämä muutos on vaikuttanut sekä iltapäivälehtien aihesisältöihin että paperilehtien markkinoihin ja lukijamääriin. Siinä missä paperilehtien levikimäärät ovat 2000-luvun loppupuoliskolla laskeneet tasaiseen tahtiin (Levikintarkastus 2012) ovat iltapäivälehtien internetsivut taas kasvaneet maan luetuimmiksi verkkomedioiksi.

Toisin kuin kotiin tilattavat päivälehdet, iltapäivälehti täytyy myydä yleisölle joka päivä uudelleen. Sen takia sille keskeinen sisällöllinen ominaisuus on Saaren mukaan koukuttavuus. Lukija on saatava riippuvaiseksi lehden ostamisesta mielellään jo ensimmäisellä ostokerralla. Niin sanotut myyntijutut – skandaalit ja juorut – ovat niitä koukkuja, joilla lukija saadaan ostamaan lehti aina uudestaan ja uudestaan. Tätä tarkoitusta palvelevat iltapäivälehtien tavaramerkit, ulkomyyntimainokset eli lööpit, joissa päivän lehden tärkeimmät ja kiinnostavimmat aiheet tarjoillaan potentiaaliselle ostajalle mahdollisimman houkuttelevalla tavalla, iskevin otsikoin ja kuvin varusteltuna (Kuutti 2006: 124). Ilta-Sanomissa ensimmäiset lööpit otettiin käyttöön jo 1950-luvulla, tosin tuolloin ne olivat pieniä, valkopohjaisia ja ikkunalistoiksi kutsuttuja. Nykyisenlainen keltapohjainen Ilta-Sanomien lööppi puolestaan nähtiin ensimmäisen kerran 4. kesäkuuta 1975. (Kilpi 2007: 186.)

Saaren (2007: 16–17) mukaan jokaisella ihmisellä on oma henkilökohtainen suhde iltapäivälehtiin. Toiset lukevat niitä avoimesti ja vakituisesti, toisille se on salainen pahe. Deuze (2005: 870) taas on huomannut, että suurin osa iltapäivälehtien lukijoista ostaa lehden impulsiivisesti, eikä suhde lukijan ja tietyn lehden välillä ole pysyvä. Iltapäivälehtiä on kritisoitu esimerkiksi siitä, että ne eivät toteuta median yhteiskunnallista tehtävää (esim. Saari 2007: 27).

### *2.1.1 Ilta-Sanomien*

Sanoma-konsernin omistama Ilta-Sanomien ilmestyi ensimmäisen kerran 29. helmikuuta 1932. Helsingin Sanomien päätoimittaja Eljas Erkko perusti sen muutaman tunnin harkinnan jälkeen lehden iltapäiväkokseksi raportoimaan Mäntsälän kapinan uusista käänteistä aamun Helsingin Sanomien jälkeen. Päätöksellään Erkko halusi paitsi välittää kansalle tietoa myös piiskata hallitusta taltuttamaan kapina. (Kilpi 2007: 9-12.)

Alusta asti Ilta-Sanomien nimeä kantaneen iltapäiväkoksen tarkoitus oli alun perin pysyä ainoastaan tarvittaessa julkaistavana lisälehtenä. Helmi-maaliskuun vaihteessa sitä julkaistiin kuutena peräkkäisenä päivänä, minkä jälkeen sille ei nähty enää tarvetta, vaan sen ilmoitettiin ilmestyvän jatkossa silloin, kun ”yleinen mielenkiinto päivän

tapahtumiin edellyttää erikoisen nopeiden tietojen saantia tasalla pysymiseksi”. (Kilpi 2007: 27–30.) Seuraavan kerran lehti herätettiin eloon saman vuoden elokuussa Los Angelesin olympialaisten johdosta. Säännöllisesti se alkoi ilmestyä 15. lokakuuta 1932, ja ehti näin jo ensimmäisenä vuotenaan vakiinnuttaa asemansa kuusi kertaa viikossa ilmestyvänä julkaisuna. (emt.: 34, 46.) Nykyään Ilta-Sanomat on Suomen toiseksi suurin sanomalehti 143 321 kappaleen levikillään (Sanomalehtien liitto 2011).

Ilta-Sanomat oli pitkään hyvin sanomalehtimäinen ja on viihteellistynyt vasta myöhemminä vuosina. Yhtensä esimerkkinä tästä Ilta-Sanomien 75-vuotishistoriikin kirjoittanut Timo Kilpi mainitsee myöhemmin lähes iltapäivälehtien tavaramerkiksi muodostuneet missit, jotka eivät alkuvuosikymmeninä näkyneet Ilta-Sanomien sivuilla lähes ollenkaan. Hän myös arvelee, että jos Suomi olisi Marion Rungin, Laila Kinnusen ja Lasse Mårtensonin aikaan voittanut Euroviisut, siitä olisi kirjoitettu enimmillään 1,5 sivun verran – kun taas Lordin voitosta vuonna 2006 tehtiin 20 sivun erikoisliite. (Kilpi 2007: 5.)

Viihteellistymisestä huolimatta Ilta-Sanomia on aina pidetty hieman kilpailijaansa asiallisempänä – mitä se tutkimusten valossa myös on ollut (esim. Syrjälä 2007). 2000-luvun alkupuolella asetelma näyttää kuitenkin muuttuneen ja Ilta-Sanomat on alkanut kilpailijansa tapaan painottaa entistä enemmän ihmissuhdeaiheita (emt.: 18 ).

Ilta-Sanomat sai aikanaan toimia lähes 50 vuotta ilman todellista kilpailijaa iltapäivälehtimarkkinoilla. Kustantaja Aatos Erkko halusi pitää sen hengissä, mutta varmistaa, että se ei kasvaisi liian suureksi. Erkko, joka oli myös Helsingin Sanomien kustantaja, ei halunnut omistaa maan kahta suurinta lehteä, eikä toisaalta halunnut, että hänen menestystuotteelleen Helsingin Sanomille tulisi kilpailijaa. Tilanteen oli kuitenkin pakko muuttua, kun Iltalehti ilmestyi markkinoille. (Saari 2007: 146.)

### *2.1.2 Iltalehti*

Uusi Suomi -sanomalehti perusti iltapainoksensa Iltalehden vuonna 1980 tuomaan vaihtoehtoa ja kilpailua Ilta-Sanomille, joka oli saanut ilmestyä jo vuosikymmenten ajan ilman kilpailijoita, ja ennen kaikkea pelastamaan vaikeuksissa ollut Uusi Suomi.

Iltalehden ensimmäinen numero ilmestyi 1. lokakuuta 1980. (Kilpi 2007: 196.) Lehden alullepano oli alkanut jo vuonna 1976. Sen vetäjänä toimi Uuden Suomen toimitusjohtaja Jorma K. Virtanen, joka tosin ehti jättää toimitusjohtajuutensa ennen ensimmäisen numeron ilmestymistä (Kaisla 2005: 9). Aluksi lehteä tekivät Uuden Suomen toimittajat, jotka saattoivat työskennellä kahden lehden parissa jopa kellon ympäri (Kaisla 2005: 94, 226).

Iltä-Sanomissa kilpailijaan suhtauduttiin aluksi ylimielisesti, kuin amatööriin. Myöhemmin se puolestaan haluttiin saada hengiltä. Hengiltä saatiin kuitenkin vain Uusi Suomi, kun taas Iltalehti on reilun 30 elinvuotensa aikana kasvattanut markkinaosuuksiaan valtavasti ja noussut varteenotettavaksi kilpailijaksi Iltä-Sanomille. (Kilpi 2007: 196–197.) Iltalehden perustaminen muutti iltapäivälehtimarkkinoita huomattavasti, ja voidaankin sanoa, että varsinainen iltapäivälehtijulkisuus syntyi Suomessa juuri 1980-luvulla (Saari 2007: 22).

Levikkimäärien mukaan Iltalehti on Suomen viidenneksi suurin lehti. Vuonna 2011 sen levikki oli 102 124 kappaletta. (Sanomalehtien liitto 2011.) Tätä kirjoittaessa Iltalehden verkkosivu on Suomen web-sivustojen viikkolukuja mittaavan TNS Metrixin mukaan suosituin uutissivusto eri kävijöiden määrässä mitattuna (TNS 2014).

Alun perin Iltalehti perustettiin ”Iltä-Sanomien vakavammalle puolelle, ’seriöosimmäksi’ iltapäiväleheksi (Kaisla 2005: 33), mutta nykyään sen asema mediakentällä on päinvastoin hieman Iltä-Sanomia viihteellisempi. A-P Pietilän mukaan Iltalehti on iltapäivälehtien kilpailussa tarkoituksellisesti panostanut sensaatiohakuisempaan journalismiin. Sen sisällössä painottuvat viihde- ja rikosuutiset, kun taas politiikan ja talouden aiheet on karsittu mahdollisimman vähäisiksi. Iltä-Sanomien puolestaan päätti A-P Pietilän mukaan vuonna 2006 olla vakavampien, asiapitoisempien aiheiden ja tapausten taustojen selvittäjä. Pietilä on myös sitä mieltä, että Iltalehti oli sisältönsä perusteella alkanut muistuttaa ilmaisjakelulehtiä Cityä tai aikakauslehtiä Imagea, joille ominaisia olivat mielipiteelliset kirjoitukset, kokemukset ja elämykset. (Pietilä 2007: 119.)

## 2.2 Rikos, kuolema ja yksityiselämä – iltapäivälehdien lempiaiheet

Se tyyli, jonka tänä päivänä tunnemme iltapäivälehtijulkisuutena, alkoi siis syntyä 1980-luvulla (Saari 2007: 22). Pasi Kiviojan mukaan nykyinen niin sanottu sensaatiohakuinen otsikointi- ja kirjoitustyyli sai kuitenkin alkunsa vasta 1990-luvun puolivälin aikoihin ja lisääntyi 2000-luvulle tultaessa. Yksi keskeisimmistä nykyisen iltapäiväjournalismin muuttuneista piirteistä on se, että perusuutiset, kuten jääkiekko-otteluiden tulokset tai suomalaisartistin tuleva uusi levy eivät enää sellaisinaan kelpaa. Tilalle ovat nousseet uutisten takana olevien henkilöiden yksityiselämä, draama ja mielipiteitä herättävät skandaalit. (Kivioja 2008: 39.)

Esimerkiksi Kaarina Nikunen (2002: 52) huomasi tutkiessaan 1990-luvun hittisarjasta Ally McBealista kirjoitettuja juttuja, että suurin osa jutuista ei kertonut sarjasta itsestään, vaan sen tähtien henkilökohtaisesta elämästä ja ongelmista. Iltapäivälehtien aiheiden muutoksia ja näiden muutosten kytkeytymistä yhteiskuntaan vuosina 1985–2006 tutkinut Kivioja huomasi, että tällainen kehitys henkilökohtaisen ja skandaalinhakuisen journalismin suuntaan ei ole vaikuttanut ainoastaan viihde-osastoon vaan myös esimerkiksi urheilu- ja politiikkauutisiin, joilta niin ikään vaaditaan nykyään jotain poikkeuksellista, tunteita herättävää. (Kivioja 2008: 39–40.)

Viihteellisyyden ja kevyempien henkilöjuttujen lisääntyminen näkyy myös siinä, että vielä 1970-luvun lopulla iltapäivälehtien viikonloppunumeroiden kansissa nähtiin lähes poikkeuksetta urheilun ja politiikan maailmasta tunnettuja miespuolisia voimahahmoja (Saarenmaa 2005: 116). Nykyään taas jokainen, joka on edes vilkaissut lehtimyyntitelineen suuntaan viikonloppuisin tietää, että lehtiä myydään nimenomaan julkisuudesta ja usein viihdeteollisuudesta tutuilla kauniilla naisilla. Myös kilpailu aikakauslehtien, etenkin naistenlehtien, kanssa on varmasti vaikuttanut viihdesisältöjen lisääntymiseen iltapäivälehdistä (Saarenmaa 2005: 133).

Sauli Ruuskanen huomasi väitöskirjassaan, että iltapäivälehtien parhaiten myyvä aihe sekä Suomessa että ulkomailla on laajasti tunnetun julkisuuden henkilön kuolema. Myös suuronnettomuudet ja tuhotyöt ovat hyviä myyntiaiheita, varsinkin jos ne



tapahtuvat joko maantieteellisesti tai kulttuurisesti lähellä meitä. (Ruuskanen 2010: 163.) Myös hän on huomannut, että toisin kuin perinteisessä suomalaisessa journalismissa, iltapäiväjournalismissa aiheet liittyvät alinomaan asioihin, joita pidetään yksityisinä (Ruuskanen 2010: 100). Yksityinen ilmeisesti myös kiinnostaa, sillä A.-P. Pietilän (2007: 119–120) mukaan lehtimarkkinat ovat Suomessa kehittymässä siihen suuntaan, että sensaatiohakukselle viihdelehdistölle on enemmän tilaa ja kysyntää, kuin vakaville sanomalehdille.

Samoilla linjoilla edellä mainittujen kanssa on Hanna Syrjälä (2007), joka on tutkinut iltapäivälehtien ja lööppien muutoksia ja väkivallan näkyvyyttä niissä vuosina 1985–2006. Lööppien ja etusivujen aiheiden tarkastelulla saa hyvän kuvan iltapäivälehtien aihevalinnoista, sillä niihin valitaan aina ne jutut, joiden lehti arvelee kiinnostavan lukijoita kaikkein eniten. Myyntijutut, eli lööppiin ja kanteen nostetut jutut ovat Saaren (2007: 19) mukaan juuri niitä, joiden takia ihmisten uskotaan lukevan iltapäivälehtiä. Lööppien sisällöt harkitaan tarkoin ja niihin valitaan myyvimmiiksi uskutuimmat aiheet, sillä ne vaikuttavat pitkälti siihen, ostaako lukija lehden vai ei (Syrjälä 2007: 5, 22).

Syrjälän tutkimuksessa kaksi selvästi suurinta aihealuokkaa koko tarkastelujakson aikana molemmissa lehdissä olivat rikos ja rangaistus sekä ihmissuhteet, koti ja perhe. Etenkin jälkimmäisen jutut liittyvät usein julkisuuden henkilöihin – joita myös televisio-ohjelmat paljon tuottavat. Kolmanneksi suurimmaksi ryhmäksi (mikäli Syrjälän mukaan ottamaa mainokset-kategoriaa ei lasketa) ylsi viihde ja kulttuuri, joka etenkin on täynnä televisioon liittyviä aiheita, sillä siihen hän laski esimerkiksi Linnan juhlista, missikisoista, tunnettujen näyttelijöiden alastonkohtauksista ja fiktiivisistä hahmoista kertovat jutut. (Syrjälä 2007: 8-10.)

Juuri nämä aiheet myös lisääntyivät Syrjälän tarkasteluaikana lööpeissä jatkuvasti, kun taas esimerkiksi yhteiskuntaan ja politiikkaan sekä rahaan ja työhön liittyvät aiheet ovat vähentyneet 2000-luvulle tultaessa. Yhtenä selityksenä tähän voidaan pitää (iltapäivälehti)journalismin henkilöitymistä ja viihteellistymistä. Esimerkiksi politiikkaankin liittyvät aiheet halutaan entistä enemmän käsitellä henkilöiden kautta, ja toisaalta viihteelliset aiheet ovat vieneet tilaa vakavammilta yhteiskunta-aiheilta. (Syrjälä 2007: 14–15.)

Myös tunteisiin vetoavuus on iltapäivälehdissä ja niiden lööpeissä yleistynyt selvästi 2000-luvulla (Syrjälä 2007: 44–45). Koskettavuus, kyyneleet, suru, viha ja toisaalta koko kansaa yhdistävä riemu, esimerkiksi menestys kansainvälisissä urheilukilpailuissa, ovat avainsanoja iltapäivälehdistä.

Yksi iltapäivälehtien keskeisistä tehtävistä on etsiä ja nostaa esiin ilmiöitä, joista ei muuten välttämättä koskaan puhuttaisi, ja antaa ääni ryhmille, jotka muuten saattaisivat jäädä ilman julkisuutta. Niillä on taito etsiä ja löytää kiinnostavat puheenaiheet, vaikka niitä ei kukaan muu nostaisikaan julkisuuteen. (Esim. Nikunen 2002: 53.) Saari nostaa esimerkiksi vuonna 2006 syntyneen kohun, joka johtui tuolloisen pääministerin Matti Vanhasen lähettämistä treffi-tekstiviesteistä pääkaupunkiseudulla asuvalle parturi-kampaajalle. Ilta-Sanomat, joka alun perin oli saanut tiedon tekstiviesteistä, aloitti keskustelun, johon yhtyivät viikon aikana monet lehdet Seiskasta Helsingin Sanomiin, ja esimerkiksi Ylen A-Talkissa keskusteltiin aiheesta ja pääministerin harkintakyvyn puutteesta. Myös Vanhanen itse, sen sijaan, että olisi pysynyt hiljaa ja odottanut hälyn laantumista, osallistui keskusteluun korostamalla oikeuttaan yksityisyyteen ja uhkailemalla Ilta-Sanomia oikeustoimilla. Yhdestä Ilta-Sanomien vähäpätöiseksi ja juoruiluksi kutsutusta uutisesta saatiin siis aikaan valtava julkinen keskustelu, johon liittyivät monet tahot tavallisia kansalaisia, laatumedioita ja poliitikkoja myöten. (Saari 2007: 307–309.)

Ilta- ja aamulehdet ovat profiloituneet vahvasti kansan lehdiksi, jotka pyrkivät ajamaan yleisönsä, tavallisten kansalaisten, etua ja ajattelutapaa. Niiden tehtävänä onkin myös ylläpitää lukijoidensa tiettyjä käsityksiä ja asenteita. Saarenmaa (2005: 133) onkin huomannut, että läheskään aina niiden jutuissa ei välttämättä kerrota mitään olennaista uutta, vaan sen sijaan vahvistetaan ennalta tunnettuja käsityksiä esimerkiksi moraalisäännöistä, sukupuolirooleista tai seksuaalisuudesta.

Etenkin suosittujen ja jatkuvien iltapäivälehtiaiheiden kohdalla asenteiden ylläpitäminen voi aiheuttaa jopa paradoksin, kun toisaalta paheksutaan, mutta samalla tietoisesti tuputetaan tiettyä aihetta tai näkökantaa. Nikunen huomasi Ally McBeal -uutisointia tutkiessaan, että samalla kun sarjaa moralisoitiin jutuissa nuorille naiskatsojille vahingolliseksi ja huolestuttavaksi, sitä kuitenkin kaupattiin

nimenomaan tälle kyseiselle yleisryhmälle. Anoreksiaa sairastavaa Calista Flockhartia kritisoitiin huonoksi idoliksi tytöille, mutta samalla hänen roolihahmostaan Allysta luotiin tietoisesti kaikkien nuorten naisten ihannenaista, jonka kautta esiteltiin niin muotia, meikkivinkkejä kuin suositeltavaa elämänfilosofiaakin. (Nikunen 2002: 57.)

Syrjälä huomasi, että 2000-luvulla molempien iltapäivälehtien kannet ja lööpit alkoivat muistuttaa aikaisempaa enemmän toisiaan. Molempien suurin aihepiiri oli tuolloin ihmissuhteet, ja myös esimerkiksi rikoksia ja viihdettä käsiteltiin molemmissa yhtä paljon. (Syrjälä 2007: 66.) On tosin muistettava, että Syrjälän tutkimus päättyy vuoteen 2006, josta A-P Pietilän (2007: 119) mukaan alkoi jälleen iltapäivälehtien tietoinen pesäeron vetäminen toisiinsa.

### **2.3 Televisio: uuden ajan viihdyttävä**

Kun televisio 1950-luvulla levisi laajalle yleisölle Yhdysvalloissa, uskottiin ilmiön johtuneen lisääntyneestä vapaa-ajasta ja sen aiheuttamasta tekemisen puutteesta. Tätä pidettiin huonona asiana, sillä ylimääräisen vapaa-ajan ajateltiin ”menevän hukkaan”. Vielä 1960-luvullakin televisio nähtiin merkinä liiasta vapaa-ajasta ja ”huomattavan suurena vaarana” ihmisille. (Kubey & Csikszentmihalyi 1990: 20–21.) Tähän päivään mennessä televisio on kuitenkin vakiinnuttanut paikkansa kodin keskeisenä elementtinä (emt.: 108).

Suomessa säännöllinen televisiotoiminta alkoi niin ikään 1950-luvulla, tosin ensin hyvin pienellä volyyymilla. Syksyllä 1957 Suomen Televisioksi nimetty Yleisradion televisio aloitti säännöllisen lähetystoiminnan (Wiio & Uronen 2012: 150). Tätä olivat kuitenkin jo edeltäneet Radioinsinööriseuran televisiokerhon TES-TV:n, kokeilulähetykset, joista ensimmäinen lähetettiin jo toukokuussa 1955. TES-TV alkoi lähettää ohjelmaa kolmena iltana viikossa vuonna 1956 ja ehti näin ollen toimia säännöllisesti kaksi vuotta ennen Yleä. (Salokangas 2007: 40–41.)

Yleisradion kaksi kanavaa, TV1 ja TV2 muodostivat Suomen televisiojärjestelmän aina 1980-luvulle asti. Lisäksi MTV:ksi kutsuttu Oy Mainos-TV-Reklam Ab alkoi

heti televisiotoiminnan käynnistyttyä vuokrata ohjelma-aikaa Ylen kanavilta ja myydä mainoksia näiden paikkojen yhteyteen. Toden teolla mainostelevisiotoiminta syntyi Suomessa kuitenkin 1990-luvulla, kun MTV sai oman valtakunnallisen kanavan vuonna 1993. Näin syntyi MTV3-kanava, joka sai toimia ilman varsinaista kilpailijaa vuoteen 1997, jolloin Nelonen aloitti ohjelmatoimintansa. (Wiio & Uronen 2012: 150–151.)

### *2.3.1 Hyvä Yleisradio, paha MTV*

Suomessa televisiotoiminta ja etenkin kaupallisen television sisällöt herättivät ensimmäisinä vuosikymmeninään paljon pelkoja median viihteellistymisestä (Hujanen 2007: 115). Television valistavaa ja sivistävää tehtävää pidettiin (ja pidetään yhä tänäkin päivänä) tärkeänä, ja siksi julkisen palvelun Yleisradion rinnalle syntynyt viihteellinen MTV haluttiin pitää erillään tästä niin sanotusta ihanteellisesta tv-toiminnasta (Ruoho 2007: 122). Koska myös fiktiivisten tv-ohjelmien odotettiin tarjoavan katsojille valistusta ja mallia ehyestä yhteiskunnasta, pidettiin viihteellisten draamasarjojen esittämää kurjuutta ja toisaalta niiden herättämiä päiväunelmia haitallisina sivistykselle (emt.: 126).

Ensimmäinen merkittävää keskustelua ja vahvoja mielipiteitä puolesta ja vastaan herättänyt ohjelma oli ensimmäinen Suomessa esitetty jatkuvajuoninen saippuaopera Peyton Place, jota MTV esitti vuosina 1969–1974.<sup>1</sup> Se keräsi parhaimmillaan kahden miljoonan katsojaluvut ja oli useana vuonna Suomen katsotuin ohjelma. Sarja oli kansan rakastama, mutta kriitikoiden ja julkisen palvelun valistustehtävää vaalineen eliitin kritisoima. Sen ja koko MTV:n nähtiin sekoittaneen sarjaan koukuttuneiden ihmisten päät ja näin ollen turmelleen ja sabotoineen Yleisradion valistavan sanoman perille menoa. (Kortti 2007: 563–564.) Peyton Placen herättämä keskustelu oli hyvä esimerkki televisio-ohjelmien vahvasta jaottelusta ”laadukkaaseen, eliitin suosimaan” korkeakulttuuriin ja ”turhanpäiväiseen, massoille tarkoitettuun” populaarikulttuuriin, joka tosin ei Ruohon (2007: 127) mukaan ole täysin poistunut vielä tänä päivänäkään.

---

1 Yle esitti sarjaa jo 1965 nimellä Pikkukaupungissa tapahtuu, mutta se lopetettiin 13 jakson jälkeen.

1980-luvulla ohjelmasisältöjen sääntely alkoi hellittää ja MTV toi suuren mainoskampanjan siivittämänä Suomeen juonittelua, erotiikkaa ja väkivaltaa sisältäneen Dallas-draamasarjan. Yleisradion ohjelmaneuvoistossa sarja herätti kritiikkiä ja jopa häpeää – vuokrasihan MTV sen esitykseen tarvittavan ajan Ylen kanavalta. Myös Dallasin moraalisisistä vaikutuksista katsojiin käytiin huolestunutta keskustelua. Kansa oli kuitenkin myös tässä tapauksessa eri mieltä eliitin kanssa ja pikkuhiljaa viihteellisten draamasarjojen suosion kasvaessa myös Yleisradion oli osittain luovuttava valistussanomastaan ja lähdeittävä kanavakilpailuun. (Ruoho 2007: 132.) Ylen suhteen 1980-luku oli kotimaisten sketsisarjojen, kuten Hukkaputken, Velipuolikuun ja Hymyhuulien kulta-aikaa, ja Palokankaan (2007: 346–347) mukaan nämä sarjat veivätkin Yleä kohti asiallisia viihdesisältöjä.

### *2.3.2 Ohjelmatarjonta nyt ja tulevaisuudessa*

Nykyään televisio on yksi merkittävimmistä vapaa-ajankäytön välineistä ihmisten elämässä. Suomessa televisiota katsotaan Wiion ja Urosen tuoreiden tutkimustulosten mukaan 21 tuntia viikossa, eli keskimäärin kolme tuntia päivässä. He ovat myös huomanneet, että television katsominen on edelleen suuressa määrin sosiaalinen tapahtuma. Vaikka sen katsominen yksin on esimerkiksi netti-tv:n myötä lisääntynyt, tapahtuu kolmannes television katselusta Suomessa yhä yhdessä muiden, esimerkiksi perheenjäsenten tai ystävien, seurassa. Vuonna 2012 Suomessa oli neljä miljoonaa televisiovastaanotinta, ja perinteisten kanavien lähetykset tavoittavat käytännössä kaikki suomalaiset (Wiio & Uronen 2012: 161–162.) Kubey ja Csikszentmihalyi (1990: 115–116) näkevät television katsomisen perheen kanssa yhteisenä, perhe-elämää harmonisoivana tekemisenä.

Paitsi ihmisten vapaa-ajanviettotottumuksiin, television vakiintuminen on vaikuttanut koko julkiseen keskustelukulttuuriin. Uimosen ja Ikävalkon (1996: 47) mukaan television vaatima lyhyt, iskevä ja viihdyttävä ilmaisu on levinnyt kaikkeen julkiseen keskusteluun ja tehnyt visuaalisuudesta yhä tärkeämmän osan toimivaa ilmaisua. Nikusen (2002: 64) mukaan televisio hallitsee nykyään julkisuutta ja puheenaiheita. Hänen mukaansa muiden medioiden julkaisut suuntautuivat usein televisioon ja sen esiintyjiin.

Suomessa toimii tätä tutkimusta kirjoitettaessa neljä Yleisradion julkisen palvelun kanavaa, Yle TV1, Yle TV2, Yle Teema ja Yle Fem, joiden lisäksi Yleisradio tarjoaa ohjelmaa internetissä Yle Arenassa ja Ylen Elävässä Arkistossa. Mainosrahoitteista maanlaajuista televisiotoimintaa puolestaan hallitsevat Bonnier-konsernin tytäryhtiön MTV Oy:n MTV3 ja sen lisäkanavat Sub ja AVA, sekä Sanomalle kuuluvan Nelonen Median Nelonen, Jim ja Liv. MTV Oy:n kanavien tarjontaa voi katsoa myös verkossa Katsomo-palvelussa ja Nelosen kanavien ohjelmia Ruutu.fi-palvelussa. (Wiio & Uronen 2012: 155–156, 169–170.) Yhtiöittäin mitattuna eniten katsojia on Ylen kanavilla, yhteensä 45 prosenttia. MTV Oy:n kanavilla katsojia on 30 prosenttia ja Nelonen Median kanavilla 15 prosenttia. Kun taas tarkastelee yksittäisten kanavien katseluosuuksia, ovat selvässä kärjessä Yle TV1 (23 prosenttia) ja MTV3 (22 prosenttia).

Suomen television ohjelmakenttä laajentuu jatkuvasti. Se ei ole viime vuosikymmeninä missään vaiheessa pysynyt pitkää aikaa vakiona, eikä näin tule Wiion ja Urosen arvion mukaan tapahtumaan jatkossakaan. Sen sijaan he uskovat, että muutoksia suomalaiseen televisiokanavamaiseen tulee viimeistään vuonna 2016, jolloin useille uusille ja vanhoille kanaville vuonna 2010 myönnetty toimitiluvat umpeutuvat. (Wiio & Uronen 2012: 157–158.)

Yksi televisiotarjontaa viime vuosikymmenenä merkittävästi muokannut asia on tosi-tv-ohjelmien tuleminen ja vakiintuminen merkittäväksi osaksi viihdeohjelmakenttää. Englanninkielisestä reality television -termistä nimensä saanut tosi-tv-tarjonta alkoi Suomessa käytännössä 1990-luvun puolivälissä, ja aluksi sillä viitattiinkin lähinnä ulkomaiseen dokumentaariseen ja dramatisoituun viihteeseen. Ensimmäisten tosi-tv:ksi luonnehdittujen ohjelmien joukossa olivat MTV:n esittämät amerikkalaiset poliisikamerasarjat *Hälytys 911* ja *Lain nimessä*, joissa seurattiin todellisia rikoksia ja onnettomuuksia ja viranomaisten toimintaa. Myös erilaiset kotivideo-ohjelmat kuuluivat tosi-tv:n ensimmäiseen aaltoon. (Hautakangas 2007: 387–388.)

Tosi-tv-ohjelmien merkittävin vaikutus Suomen viihdekenttään on varmasti kuitenkin se, että niiden avulla kuka tahansa voi nousta tunnetuksi ihmiseksi, iltapäivälehdistön ja muun median rakastamaksi julkisuuden henkilöksi. Tällaisen niin sanotusti tavallisia ihmisiä jalustalle nostavan tosi-tv:n aika koitti Suomessa

1990- ja 2000-lukujen vaihteessa (Hautakangas 2007). Vuonna 1996 esitettyä Heartmixiä pidetään nykyään tosi-tv:ksi luonnehdittavan ohjelmiston aloittajana. Sarjassa joukko suomalaisia lähetettiin Amerikkaan asumaan kommuuniin. (Emt.: 390.)

Tällaisten juhlimiskulttuuria ja pelkkää elämää ja arkea kuvaavien ohjelmien kautta tosi-tv-kentällä on edetty nykyisenlaisiin kilpailuohjelmiin, joita ovat 2000-luvun alusta nykypäivään edustaneet muun muassa seikkailuohjelmat Suuri seikkailu, Selviytyjät Suomi sekä Suomen Robinson, kykykilpailut Idols, Talent, MasterChef ja Diili sekä pariutumisojelmat, kuten Miljonääri-Jussi, Unelmien poikamies ja Maajussille morsian (Hautakangas 2007: 394–402).

Hautakangas (2007: 401–402) huomauttaa, että vaikka tosi-tv:n hiipumisesta puhutaan, pitävät suositut hupailu-, kyky- ja romantiikkarealityt vankasti pintansa koko ajan kasvavassa televisiotarjonnassa. Tätä kirjoitettaessa kesällä 2013 MTV3 on ilmoittanut esittävänsä tulevana syksynä Idolsin seitsemännen tuotantokauden, Maajussille morsian -ohjelman seitsemännen kauden ja Tanssii tähtien kanssa -julkkisrealityn kahdeksannen tuotantokauden. Subilla alkaa syksyllä julkisuuden henkilöiden Big Brother ja Nelosella nähdään lasten versiot The Voice of Finland -laulukilpailusta sekä MasterChef-kokkiohjelmasta.

### **3 MEDIA MEDIASSA: YHTEISPELIÄ JA KONSERNISUHTEITA**

Mediatilat ovat yrityksiä siinä missä muutkin, ja niidenkin tarkoituksena ja pyrkimyksenä on tehdä voittoa. Samalla niiden on kuitenkin täytettävä vastuunsa ja ulkopuolelta tulevat odotukset puolueettomasta ja oikeudenmukaisesta journalismista. Mutta entä sitten kun journalismin aiheena onkin oman konsernin toinen tuote tai työntekijä? Entä kun aiheet alkavat ylipäättään pyöriä vain muiden mediatuotteiden ympärillä? Onko relevanttia olettaa, että media-alan sisäiset tapahtumat kiinnostavat koko uutisia vastaanottavaa kansaa?

Tässä luvussa käyn läpi median konvergenssia ja siitä seurannutta konsernijournalismia. Tarkastelen myös yksityiskohtaisemmin sitä, kuinka juuri televisio-ohjelmista on tullut iltapäivälehdille niin tärkeitä juttuaiheita. Tähän liittyen avaan vielä yleisemmin mediajournalismia, eli median uutisointia muista mediatuotteista.

#### **3.1 Median keskittyminen ja konsernijournalismi**

Jo osittain vanhentuneen portinvartija-ajatuksen mukaan toimittajat ovat portinvartijoita, jotka päättävät uutisten pääsemisestä lehteen tai niiden hylkäämisestä. Alkuperäinen ajatus edellytti, että toimittaja saa päivittäin eteensä niin suuren määrän aineistoa, että hän voi vain valita parhaat ja kiinnostavimmat päältä. Nytemmin on kuitenkin huomattu, että toimitusten päätöksentekoon vaikuttavat monet asiat. Julkaisemista määräävät esimerkiksi lehden linja, tyyli ja painotusalueet, sekä toisaalta lukijoiden odotukset ja asenteet. Näiden tahojen lisäksi median konsernisoituminen, eli keskittyminen suuriin yrityksiin, ja kaupallistuminen ovat nykyään niin olennainen osa jokapäiväistä journalistista prosessia jokaisessa mediatalossa, että myös ne näkyvät väkisinkin juttujen taustalla.

Yhtenä keskittymisen ongelmana pidetään sitä, että suurten mediakonsernien omistamat viestintävälineet joutuvat väistämättä uutisoimaan saman konsernin tuotteista. Kunelius (2004: 88) kyseenalaistaa konsernijournalismin objektiivisuuden



pohtimalla, voiko jonkin lehden toimittaja täysin puolueettomasti esimerkiksi arvostella kirjan, jonka on kustantanut samaan konserniin kuuluva kustantamo.

Herkman muistuttaa, että etenkin mediasisältöjä tuottavien ammattilaisten on objektiivisuuden ja riippumattomuuden nimissä tärkeä tuntea konsernikytkökset ja niiden vaikutukset. Omasta konsernista ei voi kirjoittaa ainoastaan yksipuolisesti, vaan on otettava huomioon kaikkea muutakin uutisointia koskevat säännöt ja normit. Oman konsernin menestyksestä saa toki kirjoittaa, jos se merkittäväksi uutiseksi määritellään, mutta siinä tapauksessa on kirjoitettava myös konsernin suurista vastoinkäymisistä. Jokaiselle jutulle pitäisi löytyä pätevä julkaisuperustelu riippumatta siihen liittyvien osapuolten konsernikytköksistä. (Herkman 2005: 321.)

Käytännössä kuitenkin tällaisten perustelujen arvioiminen tuntuu ongelmalliselta. Jos mahdollisimman myyviin ja kiinnostaviin aiheisiin pyrkivä iltapäivälehti hehkuttaa usein oman konsernin televisiokanavan keskivertoa huonommin menestynyttä ohjelmaa, näyttää se vähintäänkin omituiselta. Toisaalta julkaisusyyksi voi kuitenkin riittää se, että kyseinen ohjelma tulee julkaisuhetkellä televisiosta ja on siksi ajankohtainen aihe.

Luokitellessaan iltapäivälehtien televisio-ohjelmiin liittyviä juttuja 1990-luvun lopulla Herkman huomasi, että etenkin eniten televisiojuttuja julkaisseilla iltapäivälehtien viihdesivuilla konserniyhteistyö näkyi selvästi. Suurin tv-kanava MTV3 sai molemmissa lehdissä paljon tilaa, mutta samaan konserniin kuuluvassa Iltalehdessä kuitenkin selvästi kilpailijaa enemmän. Sanoman tuolloin vasta toimintansa aloittaneesta Nelosesta puolestaan oli Ilta-Sanomissa yli kaksi kertaa enemmän juttuja kuin Iltalehdessä. (Herkman 2005: 137–138.) Iltalehti myös kirjoitti kilpailijaa enemmän myönteisiä juttuja MTV3:sta, Ilta-Sanomien puolestaan Nelosesta (Herkman 2005: 160).

Herkmanin lähempi tutkimus MTV3:n *Ally McBeal* -televisiosarjan saamasta julkisuudesta syksyllä 1999 osoitti, että Iltalehti käsitteli sarjaa noin kaksi kertaa niin paljon kuin Ilta-Sanomien sekä lööpeissä, etusivuilla että viihdesivuilla. Lisäksi Iltalehden sarjalle antama näkyvyys ja oheisjulkisuus, kuten sarjan tähtien yksityiselämän uutisointi, oli laajempaa. (Herkman 2005: 227–228.) Herkman

huomasi, että kun kyseessä oli oman konsernin kanavan ohjelma, kynnys uutisointiin oli välillä hyvinkin matala. Sen sijaan kilpailevan konsernin ohjelmista kirjoitettiin vasta sitten, kun ne olivat saaneet muualla laajaa huomiota, jotta lehti pääsi hyötymään sarjan suosiosta ja julkisuudesta, ja näin ollen edesauttamaan myyntiään. MTV3:n asema televisiokentällä oli Herkmanin tutkimuksen aikaan kuitenkin vielä huomattavasti Nelosta vahvempi. Tämä näkyi siinä, että Ilta-Sanomat kirjoitti kyllä MTV3:n ohjelmista, mutta Iltalehti ei huomionnut Nelosen ohjelmia oikeastaan ollenkaan. (Emt.: 231.)

Paitsi sisältöjä, median keskittyminen yhdenmukaistaa myös samaan konserniin kuuluvien tiedotusvälineiden arvoja. Tämä näkyy Herkmanin mukaan siinä, että kaupallisten konsernien lehdet edustavat hyvin pitkälti samoja kilpailutalouden arvoja – riippumatta siitä, olivatko ne imagoiltaan ja tyyliltään laatu-, iltapäivä-, erikois- tai vaikka skandaalilehtiä. (Herkman 2005: 321.)

Toisaalta median keskittyminen on etenkin digitalisoitumisen, eli tietokonepohjaisiin järjestelmiin siirtymisen, myötä helpottanut konsernin sisäistä, yhteistyössä tehtyä mediatuotantoa. Tällaiset uudistukset ovat saaneet aikaan sen, että toimittajien työnkuva on monipuolistunut ja heidän on täytynyt opetella käyttämään mahdollisesti jopa täysin uusia välineitä. Jo 2000-luvun alussa Iltalehden toimittajat juonsivat tuolloin vielä Alma Mediaan kuuluneen MTV3-kanavan ohjelmaa Lööpin takana, jossa käsiteltiin Iltalehden viikon isoja aiheita (Kaisla 2005: 180). Myös Kauppalehti ja MTV3 ovat tehneet paljon yhteistyötä talousuutisissa. Niin ikään Nelonen ja Ilta-Sanomat tekivät 2000-luvulla yhteisiä urheilu-uutisia ja Nelonen ja Taloussanomat puolestaan yhteisiä talousuutisia. (Herkman 2009: 37.) Vuoden 2012 syksyllä Nelosen uutistoimitus muutti Helsingin Sanomien toimitukseen.

Vanhat yhteistyömallit voivat säilyä myös konsernimuutosten jälkeen. Tästä yhtenä esimerkkinä, on Poliitiikan korjaussarja -niminen ohjelma, jota MTV Katsomo alkoi näyttää vuoden 2014 alussa. Ohjelmassa MTV Oy:n Timo Haapala ja Iltalehden Juha Ristimäki käyvät läpi viikon poliittisia ilmiöitä yhdessä, vaikka Iltalehti ja MTV eivät enää kuulu samaan konserniin.

Digitalisoitumisen tuomien helpotusten ja toimittajan roolin monipuolistumisen

kääntöpuolena tiedotusvälineet eivät enää tarvitse niin paljon toimittajia ja muita työntekijöitä kuin ennen. Tämä yhdessä markkinasuuntautuneen ajatusmallin kanssa on vaikuttanut siihen, että yhä useammat toimittajat ovat pätkätyöläisiä, vuorontekijöitä ja freelancereita, jotka vaihtavat työnantajaa usein. Tämä taas on Herkmanin mukaan muuttanut toimittajien keskeisen eetoksen ”maailman parantamisesta” ”työn mahdollisimman hyvin hoitamiseen”, toisin sanoen kaiken tekemiseen vakituisen työpaikan saamisen eteen. (Herkman 2005: 304.)

Herkman huomauttaa, että ammattilaisten lisäksi myös median käyttäjien olisi hyvä tiedostaa mediakonsernien omistussuhteet. Näin he voisivat huomata ylimääräisen konsernimarkkinoimisen sellaisen esiintyessä ja oppisivat suodattamaan sen erilleen keskeisestä, tärkeästä sisällöstä. (Herkman 2005: 322.)

### **3.2 Televisio-ohjelmat iltapäivälehdissä**

Televisiosta tuli 1980- ja 1990-luvuilla Suomessa julkisuutta hallitseva tiedotusväline ja olennainen osa suomalaisten arkea. (Herkman 2009: 42). Monien tutkijoiden mielestä television julkisuusarvo onkin suurempi kuin minkään muun viestimen (esim. Luostarinen & Uskali 2004: 192–194). Siksi on luonnollista, että kaikkien tuntemista television ylläpitämistä aiheista, ilmiöistä ja henkilöistä halutaan saada lisätietoa myös muiden kanavien kautta. Viihdelehdistölle televisiosta onkin 2000-luvulle tultaessa tullut tärkeä tiedonhankinnan väline. Lisäksi lehdistölle on auennut kanava houkutella televisiosarjojen seuraajat omiksi lukijoikseen käyttämällä hyväksi sarjoja ja niiden tähtiä (Herkman 2005: 246). Esimerkiksi iltapäivälehtien viihdesivuilla televisioon liittyvien aiheiden määrä lähes kaksinkertaistui vuodesta 1996 vuoteen 2001 (emt.: 137, 161).

Televisio ja iltapäivälehdet tekevät siis tiivistä yhteistyötä puheenaiheiden nostamisessa ja ylläpitämisessä. Olkinuora (2006: 48) nimittääkin viihteellistä lehdistöä puheenaihebisnekseksi. Hän on huomannut, että televisio kasvattaa myös viihdejournalismin kysyntää nostamalla kiinnostavia aiheita ja tuottamalla televisiosta tuttuja julkisuuden henkilöitä. Jo edellisessä alaluvussa mainitsemani 1960- ja 1970-lukujen vaihteen Peyton Place -tv-sarja muodostui katsojiensa

keskuudessa päivittäiseksi ja kaikkia koskettaneeksi puheenaiheeksi, josta keskusteltiin niin työpaikan taukokuoneessa kuin suvun kesken sunnuntaipäivälliselläkin (Kortti 2007: 565). Kymmenen vuotta myöhemmin alkanut Dallas nosti tv-ohjelmapuheen toden teolla myös lehdistöön. Oli tavallista, että sarjan juonenkäänteet ja niillä spekulointi nousivat iltapäivälehtien lööppien pääaiheiksi, kuten Ilta-Sanomien legendaarisessa ”J.R. ammutaan” -lööpissä (IS 12.11.1982). Dallas synnytti lehdistössä myös moraalikeskustelun, jonka osapuolina olivat sarjaa rakastanut kansa tai sitä esittänyt MTV sekä Yleisradion ohjelmaneuvoston jäsenet, jotka esittivät huolensa viihteellisen ja hävyttömyyksiä sisältävän sarjan turmiollisista vaikutuksista katsojiin. Toisaalta he pyrkivät myös pesemään kätensä vastuusta sarjan suhteen.<sup>2</sup> (Ruoho 2007: 132).

Ally McBeal -julkisuutta tutkineen Nikusen näkemyksen mukaan niin sanottu ”puheenaihebisnes” toimii niin, että televisio luo ohjelmillaan ihmisille päivärytmejä, joista iltapäivälehdistö sitten tasaisin muistuttaa. Suosittujen tv-sarjojen suosiota kasvatetaan entisestään kirjoittamalla niistä tasaisin väliajoin ja käyttämällä niiden yhteydessä ylistyssanoja, kuten ”hittisarja” ja ”kuumin nimi”. Katsojien ei anneta unohtaa ohjelmia myöskään niiden esitystaukojen aikana, vaan silloin muistutetaan ahkerasti sarjan jatkumisesta ja vihjaillaan tulevista mielenkiintoisista käänteistä. (Nikunen 2002: 55–56.) Lehdet siis auttavat kirjoittelullaan televisio-ohjelmia kouruttamaan katsojansa, mutta toisaalta toki myös hyötyvät sarjojen suosiosta nappaamalla niiden katsojat lukijoikseen (Emt: 64, alaviite 2).

Televisio-ohjelmat nostavat esiin paitsi keskusteluaiheita, myös julkisuuden henkilöitä – näyttelijöitä, juontajia, tosi-tv-kilpailijoita ja uutisankkureita – joiden yksityiselämästä, menestyksestä, takaiskuista ja ongelmista iltapäivälehdet sitten voivat kirjoittaa. Herkmanin esittelemän peruskaavan mukaan televisio nostaa ensin tv-persoonia julkisuuteen ja iltapäivälehdet sitten tekevät heistä tunnettuja yksityiselämää raottavien juttujen kautta. Nämä julkisuuden henkilöt ovat tärkeitä aiheita iltapäivälehdistölle, mutta suhde toimii myös toiseen suuntaan. Populaarijournalismi tarvitsee toimiakseen julkisuuden henkilöitä, jotka taas eivät voi pysyä pinnalla ilman populaarijournalismin tuottamaa julkisuutta. (Herkman

---

2 MTV esitti ohjelmaa Yleisradiolta vuokratulla lähetyksajalla.

2005: 243–244.)

Syrjälän tutkimuksen mukaan 49 prosentissa Iltalehden ja 44 prosentissa Iltasanomien lööppiotsikoista oli vuosina 1985–2006 julkisuuden henkilö. Eniten julkkiksia esiintyi ihmissuhteisiin ja kotiin, viihteeseen ja kulttuuriin, kauneuteen ja hyvinvointiin ja takaiskuihin ja kuolemaan liittyvissä aiheissa. (Syrjälä 2007: 16.) Julkkikset eivät iltapäivälehdissä ole ainoastaan viihdeosaston aiheita, sillä Kiviojan (2008: 74) tutkimuksen mukaan vuosina 2005–2006 kolmanneksessa Iltasanomien ja lähes kolmanneksessa Iltalehden kotimaan osaston aiheista esiintyi julkisuuden henkilö.

Kuten luvussa 3 mainitsin, myös erilaiset tosi-tv-ohjelmat ovat omiaan tuottamaan maailmaan uusia kiinnostuksen kohteita ja kiinnostavia ihmisiä viihdemedialle ja etenkin iltapäivälehdistölle. Esimerkkinä tosi-tv-tähtien nousemisesta julkisuuden henkilöiden kaartiin Hautakangas mainitsee sen, kun Maajussille morsian -ohjelmaan osallistunut Harri ”Sika-Harri” Ojala valittiin Iltalehden äänestyksessä Suomen seksikkäimmäksi mieheksi, ohi tunnettujen näyttelijöiden, muusikoiden ja urheilijoiden (Hautakangas 2007: 402). Televisionäkyvyyttä pidettäneen viihdelehdistössä tärkeänä julkisuuden määrittelijänä, sillä myös niin sanotut tavalliset, syystä tai toisesta televisiossa näkyvät ihmiset saavat helposti niiltä julkkiksen kohtelun. Tunnettuja tv-toimittajia ja uutisankkureita haastatellaan naistenlehtiin ja heistä tehdään lähes julkkisten asemassa olevia henkilöitä (Herkman 2009: 45).

Iltapäivälehtien uutiskynnystä madaltaa kaikenlainen normaalista mallista poikkeava ja erikoinen. Syrjälän (2007: 39) mukaan tämä pätee erityisesti tavallisista ihmisistä uutisoidessa, mutta sitä voi soveltaa myös julkisuuden henkilöihin. Jos esimerkiksi jonkin perheohjelman kunnollisena pidetty juontaja ajaa humalassa ylinopeutta, tuo se väistämättä lisähuomiota kyseiselle ohjelmalle, vaikka se ei muuten normaalisti saisi näkyvyyttä iltapäivälehdissä.

Televisio ei siis ole ainoastaan viestintäväline siinä missä esimerkiksi sanomalehti, vaan myös julkisuuden henkilöitä synnyttävä, esillä pitävä ja työllistävä mekanismi. Televisio-ohjelmat esittävät tunnettuja henkilöitä uudessa valossa ja tarjoavat näin

iltapäivälehdille näkökulmia, joita nämä itse eivät välttämättä osaisi löytää. Samalla ohjelmat saavat ilmaista mainostusta itselleen lehtien sivuilla. Iltapäivälehtien ja television suhde onkin muodostunut aivan erityiseksi (Herkman 2009: 43).

Herkmanin mukaan television katsomisen yleistyminen ja lisääntyminen on vaikuttanut iltapäivälehtiin neljällä eri ulottuvuudella. Ensinnäkin, se on laajentanut journalistista televisiokirjoittelua lehtien tv-liitteissä ja -sivuilla ja toiseksi kasvattanut television roolia toimittajien tietolähteenä. Kolmanneksi televisio on jättänyt jälkensä lehtien kuva- ja taittokäytäntöihin ja neljänneksi sen rooli näkyy etenkin konsernikohtaisessa mainonnassa ja markkinoinnissa. (Herkman 2005: 253.) Myös Uimonen ja Ikävalko (1996: 49) nostavat esiin television vaikutuksen lehdistön ja etenkin iltapäivälehtien sisällölliseen kehitykseen. Jutut ovat lyhentyneet, otsikot ja kuvat suurentuneet ja värien ja näyttävien grafiikkojen käyttö lisääntynyt.

Nykypäivänä televisioaiheiset jutut eivät rajoitu ainoastaan iltapäivälehtien printtisivuille, vaan lehdet käyttävät verkkosivuillaan entistä enemmän suoraa ohjelmista leikattuja tai ekstramateriaaliksi tarkoitettuja videopätkiä. Esimerkiksi Ilta-Sanomat saa usein käyttää pätkiä ja maistiaisista Nelosen ohjelmista.

### **3.3 Mediajournalismi – median puhetta mediasta**

Herkman (2009: 45) tarkoittaa mediajournalismilla kasvavaa ilmiötä, jossa suuri osa journalismin sisällöstä käsittelee mediaa itseään. Etenkin viihdelehdistön ja television välinen erityinen ”yhteistyö” on hänen mukaansa hyvä esimerkki mediajournalismista. Oman tutkimukseni kohteena oleva iltapäivälehtien televisio-ohjelmajournalismi on siis erittäin tehokasta mediajournalismia.

Tätä kirjoitettaessa heinäkuussa 2013 Suomessa on vastikään uutisoitu kolmesta Helsingin Sanomien johtoportaasta työntekijästä, jotka irtisanoutuivat samaan aikaan (Esim. Helsingin Sanomat 2013). Toimituspäälliköt Paula Salovaara ja Reetta Rätty sekä kehityspäällikkö Ville Blåfield saivat tällä teollaan uskomattoman laajaa näkyvyyttä maamme mediassa, vaikka ovat median ja journalismin tekijöitä itsekkin.

Joukkoyhteiskunnan huomioitiin kaikissa suurissa medioissa ja esimerkiksi Yleisradio teki aiheesta useita juttuja eri välineisiinsä. Tämä tapaus selkeä nykypäivän esimerkki siitä, kuinka media näkee oman laajensa sisällä tapahtuvat asiat laajan uutisoinnin arvoisena.

Mediajournalismin myötä televisiosta on tullut myös suurten juhla- ja viihdetapahtumien kulun merkittävä säätelijä. Esimerkiksi Linnan juhlat, olympialaiset ja vaalilähettykset suunnitellaan nykyään niin, että ne näyttävät mahdollisimman hyvältä televisiossa. (Herkman 2009: 46.) Näin ollen pyrkimyksenä on, että ne näyttävät mahdollisimman hyviltä myös seuraavana päivänä lehtien sivuilla.

Mediajournalismi on johtanut siihen, ettei journalismi ole enää pelkkä ikkuna todellisuuteen, vaan se myös tietoisesti luo todellisuutta, nostaa esiin ja pitää yllä puheenaiheita ja ilmiöitä (Herkman 2009: 46). Kun media 1 (televisio) nostaa julkisuuteen haastateltavia ja luo keskustelunaiheita medialle 2 (iltapäivälehti), on kyse väistämättä siitä, että media ei enää ole objektiivinen totuuden kertoja, vaan subjektiivinen, totuuden luomiseen ja muokkaamiseen osallistuva tekijä.

## 4 AINEISTON JA MENETELMIEN ESITTELY

### 4.1 Aineiston rajaus

Perusaineistonani tässä tutkimuksessa ovat Ilta-Sanomien ja Iltalehden kaikki numerot television niin sanotun syyskauden 2012 ajalta. Virallista määritelmää syyskaudelle ei ole, mutta olen itse rajannut tämän kauden ajalle 15. elokuuta – 31. marraskuuta. Perustelen rajaukseni sillä, että monet suositut ohjelmat palaavat kesätauolta elokuun loppupuolella tai syyskuun alussa ja myös uudet ohjelmat alkavat yleensä kesälomakauden loputtua tai joissain tapauksissa myöhemmin syksyllä. Joulutauolle taas jäädytään usein jo ennen joulua, kun television sisältö alkaa muuttua esimerkiksi enemmän elokuvia ja uusintoja sisältäväksi. Oma aineistotantani etukäteen tarkastellessani huomasin, että oikeastaan kaikki isot ohjelmat päättyivät marraskuun loppuun mennessä.

Näin ollen perusaineistokseni kertyvät kaikki lehdet kolmen ja puolen kuukauden ajalta. Sisällytän tutkimukseen runkolehtien lisäksi viikonvaihdeliitteet, mutta en huomioi erillisiä, viikoittain ilmestyviä iltapäivälehtien TV-lehtiä, enkä muitakaan tutkimusjaksollani julkaistuja erikoislehtiä, sillä ne paisuttaisivat aineiston liian laajaksi. En myöskään ota huomioon runkolehtien tv-sivuja, joiden jutut ovat pelkästään tv-ohjelmien puffeja ja arvioita, eivätkä näin ollen tuo lisäarvoa tutkimukseen.

Kun tutkimuksen perusaineisto on rajattu, tulee siitä vielä valikoida varsinainen tutkimusaineisto, joka voi olla koko perusaineisto tai jokin pienempi osa siitä (Pietilä 1976: 31). Kuten Herkmankin (2005) väitöskirjassaan, käsittelen aineistoani kahdessa osassa. Aloitan tutkimuksen tekemisen määrällisellä sisällön erittelyllä, eli aineiston systemaattisella luokittelulla, minkä jälkeen otan käyttöön laadullisen sisällönanalyysin. Määrällisessä, eli tilastollisesti kuvailevassa tutkimuksessa varsinaisena tutkimusaineistonani on koko perusaineisto. Laadullisessa analyysissä puolestaan valikoin perusaineistostani määrällisen tutkimuksen tuloksia apuna käyttäen kolme tapusta, joita lähden tarkemmin tutkimaan.



Käytän tutkimusmenetelmistäni termejä sisällön erittely (määrällisestä, eli tilastollisesti kuvailtavasta osuudesta) ja sisällönanalyysi (laadullisesta, eli sanallisesti kuvailtavasta menetelmästä). Nämä termit ja niiden sisältö eivät ole täysin yksiselitteisiä, vaan niiden määrittelyissä löytyy suuriakin eroja. Pietilän (2005: 52–53) mukaan sisällön erittelyllä voidaan nykyään tarkoittaa sekä tilastollista että sanallista kuvailua dokumentin sisällöstä. Myös Tuomi ja Sarajärvi (2009: 105) huomauttavat, että monissa heidän lähteissään sisällönanalyysistä ja -erittelystä puhutaan jopa synonyymeina.

Englannin kielessä näistä menetelmistä käytetään keskenään hyvin samankaltaisia nimityksiä *qualitative content analysis* (laadullinen sisällönanalyysi) ja *quantitative content analysis* (määrällinen sisällönanalyysi). Tämä varmasti osaltaan lisää problematiikkaa käsitteiden erottelussa.

## 4.2 Määrällinen sisällön erittely

Aloitan tutkimusprosessini siis määrällisellä sisällön erittelyllä. Tuomi ja Sarajärvi (2009: 106) määrittelevät sen analyysiksi, joka kuvaa kvantitatiivisesti, eli numeerisesti, erilaisten dokumenttien sisältöä. Veikko Pietilän mukaan sisällön erittely on joukko tieteellisiä menettelytapoja, joiden avulla dokumenttien sisällöistä tehdään havaintoja ja kerätään tietoja. Pietilä on myös sitä mieltä, että sisällön erittelyä ei pitäisi ajatella vain tiettyjen dokumenttien ilmeistä sisältöä kuvaavana menetelmänä, vaan sen avulla kerättyjä tietoja voi käyttää myös dokumenttien ulkopuolisten ilmiöiden selittämiseen (Pietilä 1976: 53–54).

Sisällön tilastollista luokittelua käytettäessä tulee ensin varmistaa, että tutkittava aineisto on ylipäänsä mahdollista tilastoida, ja että kuvailtavia sisällöllisiä piirteitä, eli erilaisia sisältöluokkia, löytyy tarpeeksi paljon. Myös, jos tuloksia on tarkoitus vertailla toisiinsa tai jonkin muun tutkimuksen tuloksiin, on tilastoivan menetelmän käyttö usein välttämätöntä. (Pietilä 1976: 32–34.) Omassa tutkimuksessani yksi luokittelun keskeisistä tarkoituksista onkin tuottaa ainekset, joiden avulla voin verrata omia tuloksiani Herkmanin tuloksiin, ja näin ollen vastata kysymykseen siitä,

miten iltapäivälehtien televisio-ohjelmia käsittelevät aiheet ovat muuttuneet.

Dokumentteja – tässä tapauksessa lehtijuttuja – tarkastellessa sisällön erittely tulee aloittaa tutustumisella omaan aineistoon lukemalla se läpi ja näin ollen saaden yleiskuvan tutkittavasta ilmiöstä. Tämän tutustumisen pohjalta tulee sitten kehitellä joukko luokkia, joiden perusteella sisällön saa luokiteltua tutkimuksen kannalta hyödyllisiksi tiedoiksi. (Pietilä 1976: 32.) Sisältöluokasta voidaan käyttää myös termiä muuttuja. Se on tilastotieteen termi, jolla tarkoitetaan mitä tahansa mitattavaa ominaisuutta, jolle halutaan löytää havaittava arvo, eli havaintoarvo (Tilastokeskuksen verkkokoulu 2012: 1.12–1.13).

### **4.3 Laadullinen sisällönanalyysi**

Laadullinen sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jolla tekstistä etsitään merkityksiä. Siihen ei kuulu aineiston kvantifiointi, eli saattaminen numeeriseen muotoon. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 104–107.) Sisällönanalyysi on yleinen tapa analysoida sanoma- tai aikakauslehtien tekstejä. Grönfors kuitenkin muistuttaa, että sisällönanalyysin perusteella ei yksinomaan voi tehdä valmiita johtopäätöksiä tutkittavasta aiheesta. Sen sijaan sisällönanalyysi ikään kuin tuottaa ainekset, joiden pohjalta aihetta voi teoreettisesti pohtia. (Grönfors 1982: 160–161.)

Myös laadullinen, eli sanallisesti kuvaileva analyysi, tulee Pietilän mukaan aloittaa alustavalla tutustumisella aineistoon. Näin ollen tutkimuksesta saa yleiskuvan, johon voi nojata syvällisempää analyysiä tehtäessä ja aineistoa yksityiskohtaisemmin kuvailtaessa. (Pietilä 1976: 31.)

Eskola (2001: 136) on jaotellut laadullisen analyysin aineistolähtöiseen, teoriasidonnaiseen ja teorialähtöiseen sen mukaan, mikä on teorian ja teoreettisen asema tutkimuksessa. Oman tutkimukseni arvioin olevan hieman aineistolähtöiseen kallellaan olevaa teoriasidonnaista analyysia. Sen pääpaino on enemmän aineistossa kuin teoriassa, mutta sen tuloksille voidaan etsiä selityksiä omien tulkintojen lisäksi teorioista ja aiemmista tutkimuksista. Siinä ei kehitetä teoriaa aineiston pohjalta, kuten aineistolähtöisessä analyysissa, eikä sitä toisaalta ohjaa valmis teoria.

Teoriasidonnaisen analyysin teoreettinen viitekehys lisäksi koostuu usein aikaisempien tutkimusten tuloksista, joihin omia tuloksia voi verrata. (Eskola 2001: 136–137).

## 5 KATSAUS ILTAPÄIVÄLEHTIEN TV-SYKSYYN 2012

### 5.1 Luokittelurunko

Aloitan sisällön erittelyn luokittelemalla kaikki aineistojaksoni jutut muuttujien, eli sisältöluokkien mukaan. Poimin jokaisesta jutusta otsikon ja kirjoittajan nimen lisäksi seuraavat muuttujat: osasto, juttutyyppejä, aihepiiri, sävy, tv-kanava sekä tv-ohjelma. Jokaiselle muuttujalle määrittelen havaintoarvot, jotka ovat muokattavissa myös luokittelun aikana, mikäli se on tarpeen. Varsinainen luokittelurunkoni löytyy liitteistä (liite 1).

Osaston havaintoarvoja ovat uutiset, viihde, urheilu, pääkirjoitus- ja mielipidesivut, viikonvaihte ja teemat, joita Ilta-Sanomissa ovat esimerkiksi matka- ja autosivut. Luokittelen jutut myös juttutyypeittäin uutisiin, henkilöhaastatteluihin, reportaaseihin, kommentaareihin, eli kolumneihin, pakinoihin, kommentteihin ja arvioihin (kts. esim. Kivioja 2008: 50), sekä ajankohtaisiin puheenaiheisiin, joilla tarkoitan julkiseen keskusteluun jo nousseista aiheista kirjoitettuja juttuja. Sijoitan viimeiseksi mainittuun luokkaan ajankohtaisuutensa takia myös sellaiset jutut, jotka on tehty lähinnä jonkin uuden ohjelman mainostamiseksi – joissa ei ole varsinaista uutista tai ainesta henkilöhaastatteluksi. Etenkin Ilta-Sanomien tuntuu välillä kirjoittavan tällaisia juttuja saman konsernin, eli Nelonen Median ohjelmista. Lisäsin viimeisen havaintoarvon jo aloitettuani luokittelun, kun huomasin sitä tarvittavan esimerkiksi Ylen paljon keskustelua herättänyttä Suomen Marsalkka -elokuvaa ja syksyn isoja ohjelmia koskeneessa kirjoittelussa.

Aihepiirien laatimisessa olen käyttänyt hyvin pitkälti samaa kaavaa kuin Kivioja (2008: 224) – jättäen pois joitain hänen määrittelemiään aihepiirejä ja vastaavasti lisäten joitain itse kehittämiäni. Kivioja tutki kaikkia iltapäivälehtien aiheita, joten lienee luonnollista, että aihepiirit ovat hieman erilaiset, kun puhutaan pelkästään tv-ohjelmia koskevista jutuista. Tutkimukseni 11 aihepiiriä ovat:

1. Koti, perhe & ihmissuhteet – kaikenlaiset koti- ja perhe-elämästä sekä pari- ja ystävyssuhteista kertovat jutut.

2. Viihde & kulttuuri – jutut, joiden pääpaino on esimerkiksi televisio-ohjelmassa itsessään tai ihmisten viihdyttämisessä.
3. Rikos & rangaistus – esimerkiksi uutiset tv-esiintyjien syylistymisistä rikoksiin.
4. Poliitiikka & talous – esimerkiksi vaalitenteistä tehdyt jutut ja tv-ohjelmien ulkomaanviennistä kertovat jutut.
5. Riidat & moraalikysymykset – esimerkiksi moraaliset keskustelut tv-ohjelman sopivuudesta katsojakunnalleen sekä kahden tahon vastakkaiset näkemykset.
6. Työ & toimeentulo – esimerkiksi julkisuuden henkilöiden työtilanteisiin liittyvät jutut.
7. Kauneus, ulkonäkö & terveys – kauneudesta, terveydestä ja niistä huolehtimisesta kertovat jutut, mutta myös terveydentilaan ja sellaisiin sairauksiin, jotka eivät ole hengenvaarallisia, liittyvät jutut.
8. Kuolema, vaara & onnettomuudet – myös vaarallisista ja läheltä piti -tilanteista ja edellistä kohtaa vakavimmista sairauksista kertovat jutut.
9. Urheilu – urheilijoihin ja urheilutapahtumiin liittyvät jutut.
10. Vapaa-aika & harrastukset – kaikenlaiset elämäntyylisiin liittyvät jutut, joiden aiheena ei ole varsinaisesti koti tai työ.
11. Elämyksiä & suuria tunteita – jutut, joiden päällimmäisenä pointtina ovat esimerkiksi tv-sarjoissa nähdyt suuret tunteenpurkaukset, tai elämyskokemuksen luominen lukijalle.

Merkitsen jokaisen jutun kohdalla, onko se sävyltään myönteinen, kielteinen, neutraali vai ambivalentti, eli ristiriitainen ja kahteen suuntaan jakautuva. Ambivalentteja juttuja ovat esimerkiksi sellaiset, missä henkilö kertoo, miten antoisaa jonkin ohjelman tekeminen ollut, mutta samalla valittaa sitä, kuinka kuvaukset ovat heikentäneet hänen terveyttään, vieneet yönä ja huonontaneet sosiaalisia suhteita. Hyviä esimerkkejä ambivalentista olivat muotoilija Ristomatti Ratian kyseenalaisesta menestyksestä Tanssii tähtien kanssa -ohjelmassa kertovat jutut, joita julkaistiin lehdissä lokakuussa. Niissä kilpailun tuomarit ja tuotannon edustajat kritisoivat Ratian mukanaoloa ja katsojien ”väärää” äänestystapaa, eli toisin sanoen suhtautuivat negatiivisesti omaan ohjelmaansa. Samaa sävylokkittelua on

käytetty myös muissa iltapäivälehtien juttuja koskevissa tutkimuksissa (esim. Herkman 2005; Vänttinen 2004). Mittaan tässä tapauksessa sävyllä nimenomaan sitä, miten jutussa suhtaudutaan kohteena olevaan televisio-ohjelmaan, sen tähtiin ja sitä esittävään kanavaan.

Televisiokanavista otan mukaan kanavat TV1, TV2, MTV3, Nelonen, Sub ja Yle Teema. Nämä kanavat esiintyivät aineistossani ylivoimaisesti eniten, ja niillä oli myös lokakuussa 2012 suurimman keskimääräiset viikkotavoittavuudet Finpanelin mittauksessa (Finpanel 2012). Muiden kanavien, kuten Jimin, TV5:n, AVA:n, Livin ja FOX:in ohjelmat sijoitan havaintoarvolle ”muut”. Alun perin erittelin myös nämä kanavat erikseen ensin tekemässäni Ilta-Sanomien luokittelussa, mutta huomasin, että niiden ohjelmat esiintyivät aineistossa vain muutaman yksittäisen kerran. Yle Teeman olin ensin jättää pois luokittelusta, koska oman mielikuvani mukaan se ei juurikaan näytä viihdeohjelmia, jotka taas ovat tutkimukseni keskiössä. Luokittelua tehdessäni kuitenkin huomasin, että tutkimusajankohtanani käytiin paljon keskustelua Teeman esittämästä Operaatio Mannerheim -dokumentisarjasta, sekä Suomen Marsalkka -elokuvasta, joten päätin ottaa kanavan mukaan luokitteluun. Havaintoarvoa ”useita” käytän niissä tapauksissa, joissa jutussa käsitellään useamman kuin yhden kanavan ohjelmia.

Lisään luokitteluun luonnollisesti myös tv-ohjelman, jota juttu koskee. Tälle muuttujalle en tietenkään voi etukäteen määrittää havaintoarvoja, sillä televisio-ohjelmia on lukuisia. Vaikka osaankin suurin piirtein päätellä ne, joista kaikkein eniten kirjoitetaan, en voi niitä kaikkia luotettavasti etukäteen arvioida. Toimin siis niin, että kun olen saanut luokittelun tehtyä, poimin siitä ne ohjelmat, joista kirjoitettiin huomattavasti eniten ja sijoitan loput luokkaan ”muut.” Mikäli yhdessä jutussa on käsitelty useampaa kuin yhtä ohjelmaa, sijoitan sen luokkaan ”useita”.

Otan mukaan luokitteluun sekä aukeaman tai sivun pääjutut että pienemmät itsenäiset jutut. Kainalojutut jätän pois, sillä ne liittyvät aina johonkin pääjuttuun ja mukaan luokitteluun otettuina vääristäisivät tietyistä ohjelmista kirjoitettujen juttujen määrää. Myös aineiston määrä paisuisi niiden myötä todella suureksi.

Käyn jokaisen lehden läpi systemaattisesti ja valikoin luokitteluun jokaisen jutun,

jossa käsitellään jollain tavalla televisio-ohjelmia, mukaan lukien uutiset, haastattelut, ohjelmavertailut, pääkirjoitukset, kolumnit ja mielipidekirjoitukset. Jutut voivat olla esimerkiksi televisiosta tuttujen henkilöiden haastatteluja, tv-ohjelmien katsojalukuja käsitteleviä uutisia tai mielipiteitä jonkin ohjelman ikärajan sopivuudesta. Huomioin luokittelussa kaikenlaisiin televisio-ohjelmiin – myös esimerkiksi urheilulähetysiin ja asiaohjelmiin liittyvät jutut, mutta tutkimuksen seuraavassa vaiheessa, tapaustutkimuksessa, keskityn lähinnä viihteellisiin ohjelmasisältöihin. Otan tosin mukaan ainoastaan jutut, jotka käsittelevät jotakin Suomen televisiossa lehden julkaisuaikana pyörinyttä, hiljattain sitä ennen päättynyttä tai lähitulevaisuudessa alkavaa ohjelmaa. Näin ollen voin jättää pois uutiset amerikkalaisten keskusteluohjelmien isännistä ja kymmenen vuotta sitten päättäneiden sarjojen näyttelijöistä.

Televisiosta tutuista henkilöstä kertovat jutut jätän pois, jos niissä ei mainita televisio-ohjelmaa millään tavalla, tai jos se on mainittu ainoastaan sivuhuomiona. Tämän perustelen sillä, että lähes kaikki suomalaiset julkisuuden henkilöt ovat jossain vaiheessa olleet mukana jossakin televisio-ohjelmassa, enkä pelkästään sen perusteella voi luokitella kaikkien tällaisten henkilöiden haastatteluja tv-ohjelmajutuiksi. Lisäksi luokitteluun menisi todella paljon aikaa, jos joutuisin lukemaan jokaisen jutun kokonaan löytääkseni mahdolliset lauseen tai parin viittaukset tv-ohjelmiin. Siksi teenkin sen linjauksen, että otan mukaan vain jutut, joista heti alussa käy ilmi yhteys johonkin tv-ohjelmaan.

Luokittelussani on sekä yhtäläisyyksiä että eroja Herkmanin tutkimuksen kanssa. Herkmanin luokittelu on melko paljon kattavampi ja perusteellisempi, mikä tosin on ymmärrettävää, sillä kyseessä on väitöskirja. Hän otti luokitteluun mukaan juttujen lisäksi myös televisio-ohjelmiin liittyvät etusivut, mainokset ja kuvat, jotka itse jätän selkeyden vuoksi ja tutkimuksen laajuuden mielessä pitäen pois. Mainokset eivät ole journalistisen työn tuotosta ja etusivuilla on ainoastaan myyntiotsikoita lehdessä olevista jutuista, siis jutuista, jotka otan jo kertaalleen mukaan tutkimukseen. En myöskään näe tarpeelliseksi tutkimukseni ylettämistä kuviin.

## 5.2 Luokittelun eteneminen

Jo ensimmäistä lehteä (IS 15.8.2012) läpikäydessäni huomaan, että luokittelu ei suju täysin yksiselitteisesti. Joudun harkitsemaan aineistonkeruutapaani jo tämän ensimmäisen lehden pääkirjoitussivun kohdalla. Sivulla on juttu siitä, millaista kommentointia uutinen Kauniiden ja rohkeiden Ridgen, eli näyttelijä Ronn Mossin päätös lähteä sarjasta on saanut aikaan lehden nettisivuilla. Kyseessä on siis vain muutaman lauseen referointi edellispäivän uutisesta ja netistä poimittuja, nimimerkillisiä mielipiteitä. Otan sen kuitenkin mukaan luokitteluun, sillä se on mielipidesivulla julkaistu tv-ohjelmajuttu, jossa osallistutaan selkeästi televisio-ohjelmaan liittyvään keskusteluun. Sen sijaan en ota mukaan samassa lehdessä julkaistua tv-maksuista kertovaa juttua, sillä se ei liity ohjelmiin. Edelleen samassa lehdessä olevan olympiakisojen tv-lähetysten saamaa palautetta koskevan jutun otan mukaan, sillä siinä uutisoidaan nimenomaan tv-lähetyksistä, ei itse olympialaisista.

Välillä myös aihepiirin määrittelemisen on vaikeaa, sillä monet jutut voisi hyvin sijoittaa useisiin aihepiireihin. Esimerkiksi edelleen elokuun 15. päivän lehdessä julkaistu *Vain elämää* -ohjelman tähtien arjesta kertonut juttu *17 tunnin kuvauspäiviä* voisi hyvin mennä myös viihde & kulttuuri -kategoriaan, sillä siinä käsitellään suosituksen viihdeohjelman tekemistä. Toisaalta jutun päähaastateltava Katri Helena sekä muut tähdet puhuvat paljon omista uristaan ja tavoistaan tehdä työtä, joten päädyn lopulta sijoittamaan jutun työ & toimeentulo -aihepiiriin.

Yhdeksi haasteeksi muodostuu ennakkoaavistusten mukaisesti sen arvioiminen, kuuluvatko laajat, etenkin viikonvaihdeliitteissä julkaistut televisioista tuttujen henkilöiden haastattelut ohjelmajuttujen joukkoon. Tällaisissa haastatteluissa puhutaan usein lähinnä haastateltavan yksityiselämästä – tosin usein tietyn televisio-ohjelman teemaan liittyvistä näkökulmista. Päädyn arvioimaan jokaisen tällaisen jutun tapauskohtaisesti sen mukaan, kuinka suuren osan jutusta tv-ohjelman käsittely vie. Esimerkiksi Iltä-Sanomien Sunnuntai-viikonvaihdeliitteessä 18. elokuuta julkaistun kolmesivuisen Lola Wallinkosken haastattelun jätän pois. Sen alussa viitattiin kyllä muutaman lauseen verran hänen juontamaansa *Tanssi peppu pieneksi* -ohjelmaan, mutta sen jälkeen koko pitkässä haastattelussa puhuttiin aivan muista asioista.



Syyskuun puolivälissä lehdissä alkoivat television kuntavaalitenttien perusteella tehdyt jutut. Harkitsen niiden jättämistä pois luokittelusta, mutta päädyin lopulta siihen ratkaisuun, että ne ovat televisio-ohjelmiin liittyvää materiaalia siinä missä viihdeohjelmista kertovat jututkin. Otan ne siis mukaan luokitteluun. Samalla tavalla pohdin myös molemmissa lehdissä julkaistuja juttuja Nelosen uutisten uutisankkurin Mikko Hirvosen pahoinpitelyepäilyistä. Vaikka tutkimukseni keskittyikin pääasiassa viihteellisten televisio-ohjelmien käsittelyyn iltapäivälehdissä, on kattavan kokonaiskuvan saamiseksi mielestäni tärkeää, että otan määrälliseen tutkimukseeni mukaan myös niin sanottuihin asiaohjelmiin liittyvät jutut.

Kaiken kaikkiaan luokittelun tekeminen on melko hidasta ja yllättävänkin haastavaa. Monissa jutuissa on useita eri kulmia ja näkökantoja, joiden takia niitä on mahdotonta sijoittaa suoralta kädeltä tiukkoihin kategorioihin. Isossa henkilöhaastattelussa saattaa olla uutinen, joka nousee otsikkoon ja kärkeen, ja reportaasi saatetaan tehdä siksi, että kyseessä on kiinnostava ajankohtainen puheenaihe. Yhdessä jutussa saatetaan hyvin puhua sekä ihmissuhteista, työkuvioista, sairastumisista että henkilökohtaisista arvoista ja moraalikysymyksistä. Jutut ovat myös keskenään hyvin eriasteisia luokiteltavia. Jokin juttu on päivänselvästi esimerkiksi uutinen, kun taas jokin toinen juttu sopisi lähes kaikkiin kategorioihin.

Siksi tiedostan, että jonkun muun tekemänä luokitteluni tuloksissa saattaisi olla hienoisia eroja. Suurimmat ja keskeisimmät luokat erottuvat kuitenkin joukosta sen verran selkeästi, että tutkimuksen tuloksia voi pitää luotettavina. Lisäksi juttujen systemaattinen läpikäyminen ja aikaisempaan tutkimukseen perehtyminen tuovat varmuutta tulosten luotettavuuteen.

### **5.3 Tulokset**

Ilta-Sanomissa julkaistiin aineistojaksollani 15. elokuuta – 30. marraskuuta 2012 yhteensä 261 televisio-ohjelmiin liittyvää juttua. Iltalehden kohdalla vastaava lukumäärä oli 260 juttua, eli juttujen määrät olivat jopa hämmentävän tasaiset.

Aineisto-otantajaksoni aikana molemmat lehdet ilmestyivät 92 kertaa, eli jokaisena arkipäivänä ja lauantaina, lukuun ottamatta Pyhäinpäivää 3. marraskuuta. Keskimäärin yhdessä lehdessä julkaistiin siis Ilta-Sanomien kohdalla 2,8 Iltalehden kohdalla 2,9 tv-ohjelmajuttua. Koska en ole tässä tutkimuksessa vertaillut televisio-ohjelmiin liittyvää materiaalia iltapäivälehtien muuhun materiaaliin, en pysty tilastollisesti osoittamaan kuinka suuren osan lehtien sisällöstä tv-jutut muodostavat. Sen voin kuitenkin sanoa, että televisio-ohjelmat hallitsevat hyvin vahvasti etenkin iltapäivälehtien viihdesivuja.

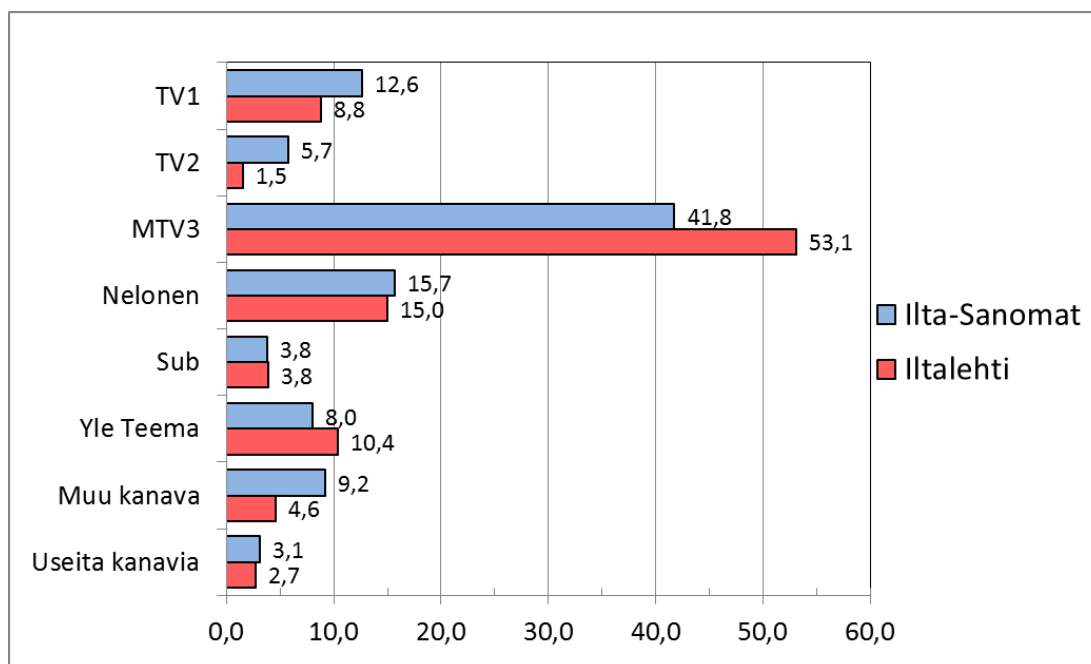
### *5.3.1 Iltapäivälehtien esiin nostamat ohjelmat*

Kanavakohtaisten juttujen jakautumisessa MTV3 on molempien lehtien kohdalla ehdottomasti ylitse muiden. Ilta-Sanomien julkaisi 109 ja Iltalehti 138 MTV3:n ohjelmiin liittyvää juttua (taulukko 1). Aikaisemmin samaan konserniin kuuluneessa Iltalehdessä juttuja on siis vajaa kolmannes enemmän kuin Ilta-Sanomissa.

Ilta-Sanomien kanssa samaan Sanoma-konserniin kuuluvasta Nelosesta kertovat jutut sen sijaan jakautuvat lehtien välillä yllättävän tasaisesti. Koko havaintoaikana Ilta-Sanomien kirjoitti Nelosen ohjelmista vain kaksi juttua kilpailijaa enemmän. Ilta-Sanomissa juttuja on 41, Iltalehdessä 39. Nelonen on siis toiseksi edustetuin kanava iltapäivälehdissä, mutta jää siis selvästi jälkeen MTV3:een kohdistuneiden juttujen määrästä.

Ylen kanavien TV1, TV2 ja Yle Teema ohjelmista Ilta-Sanomien kirjoittaa kaiken kaikkiaan selvästi Iltalehteä enemmän. Jos katsoo Ylen kanavia yksittäin, ainoastaan Yle Teemasta Iltalehdellä on hieman Ilta-Sanomien enemmän juttuja. Ilta-Sanomissa julkaistaan havaintojaksollani 33 TV1:een, 15 TV2:een ja 21 Yle Teemaan kohdistuvaa juttua. Iltalehdessä vastaavat luvut ovat 23, 4 ja 26.

Kuva 1: Artikkelit tv-kanavien mukaan molemmissa lehdissä



Aineistossani esiintyneiden televisio-ohjelmien kirjo on hyvin laaja. Huomattavan suurta näkyvyyttä saavat aineiston alkupuolella Ylen suurta keskustelua herättänyt kokeileva Suomen Marsalkka -elokuva ja siihen liittynyt Yle Teeman esittämä Operaatio Mannerheim -dokumenttisarja, aineiston loppupäässä suomalaismuusikoiden tähdittämä Nelosen Vain elämää -lauluohjelma ja läpi koko aineiston MTV3:n julkisuuden henkilöiden tanssikilpailu Tanssii tähtien kanssa. Näiden kolmen ohjelman lisäksi eniten huomiota iltapäivälehdissä saamien ohjelmien joukkoon nousee MTV3:n takavuosien suosikkisarjan Dallasin uusi nykypäivään sijoittuva kausi, Nelosen mallikilpailu Suomen Huippumalli haussa sekä MTV3:n parinhakuohjelma Maajussille morsian.

Tanssii tähtien kanssa on molemmissa lehdissä ylivoimaisesti eniten esillä ollut yksittäinen ohjelma. Ilta-Sanomissa siitä kirjoitettiin kolmen ja puolen kuukauden aikana 55 juttua, Iltalehdessä jopa 87, eli kolmasosassa kaikista sen tv-ohjelmiin liittyvistä jutuista. Toiseksi eniten molemmissa lehdissä kirjoitettiin Suomen Marsalkasta ja Operaatio Mannerheimista, Ilta-Sanomissa 21 ja Iltalehdessä 26 juttua.

Ilta-Sanomissa eri ohjelmien kirjo on huomattavasti suurempi kuin Iltalehdessä. Muihin ohjelmiin, eli sellaisiin, joista kirjoitettiin havaintoaikana vähemmän kuin neljä juttua, lukeutuu Ilta-Sanomien kohdalla 99 juttua, Iltalehdessä tällaisista ohjelmista kertovia juttuja on vain 66. Useita ohjelmia käsitteleviä juttuja on Ilta-Sanomissa 9, Iltalehdessä 10.

*Taulukko 1: Tv-ohjelmat Ilta-Sanomissa*

Tv-ohjelma	lkm	%-osuus
Tanssii tähtien kanssa	55	21,1
Suomen Marsalkka & Operaatio Mannerheim	21	8,0
Dallas	14	5,4
Vain elämää	11	4,2
Kotikatu	8	3,1
Suomen Huippumalli haussa	7	2,7
Maajussille morsian	6	2,3
Salatut elämät	6	2,3
Elämä pelissä	6	2,3
Kauniit ja rohkeat	6	2,3
Junior MasterChef	6	2,3
Pakko tanssia	4	1,5
Diili	3	1,1
Muu ohjelma	99	37,9
Useita ohjelmia	9	3,4
Yhteensä	261	100,0

Taulukko 2: Tv-ohjelmat Iltalehdessä

Tv-ohjelma	lkm	%-osuus
Tanssii tähtien kanssa	87	50,3
Suomen Marsalkka & Operaatio Mannerheim	26	15,0
Vain elämää	11	6,4
Maajussille morsian	10	5,8
Dallas	9	5,2
Kotikatu	8	4,6
Suomen Huippumalli haussa	7	4,0
Uutisvuoto	5	2,9
Arto Nyberg	5	2,9
Salatut elämät	4	2,3
Junior MasterChef	4	2,3
Dance	4	2,3
Diili	4	2,3
Muu ohjelma	66	38,2
Useita ohjelmia	10	5,8
Yhteensä	173	100,0

### 5.3.2 Juttujen sävy iltapäivälehdissä

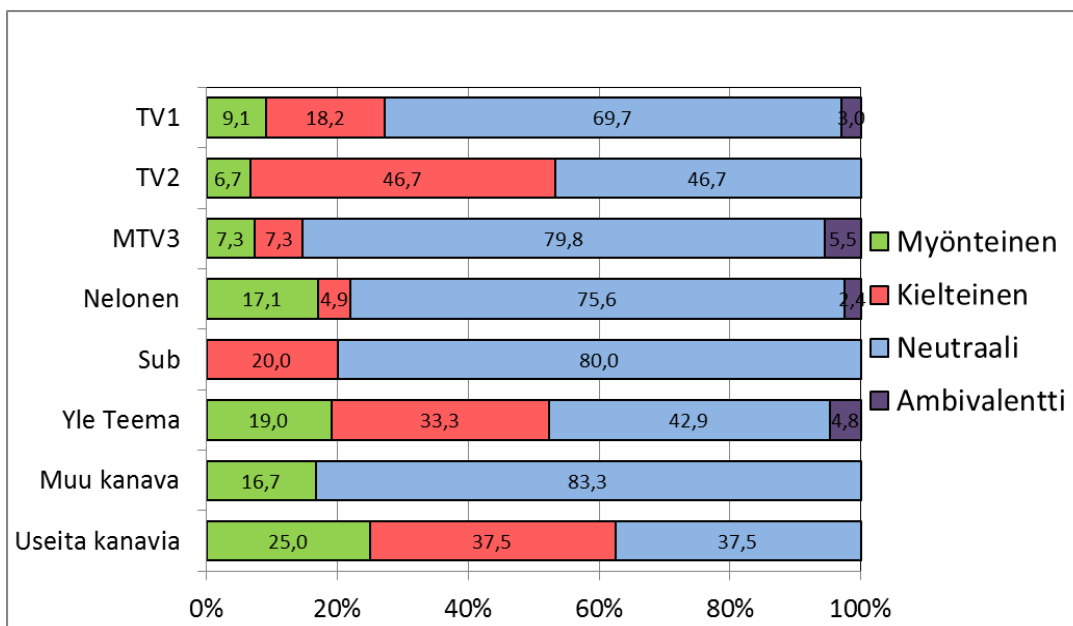
Suurimmassa osassa artikkeleista suhtaudutaan käsiteltävään ohjelmaan ja kanavaan neutraaliin sävyyn. Iltä-Sanomissa sävyltään neutraaleja on 72 prosenttia, eli 188 kappaletta ja Iltalehdessä 78,5 prosenttia, eli 204 kappaletta jutuista. Prosentuaalisesti eniten neutraalisti suhtaudutaan Iltä-Sanomissa muiden kanavien ja Subin ohjelmiin, Iltalehdessä puolestaan muiden kanavien ja MTV3:n ohjelmiin. Vähiten neutraaleja juttuja on molemmissa lehdissä useiden kanavien ja Yle Teeman ohjelmista.

Toiseksi eniten molemmissa lehdissä on kielteiseen sävyyn kirjoitettuja juttuja - Iltä-Sanomissa 35 kappaletta eli 13,4 prosenttia ja Iltalehdessä 31 kappaletta, eli 11,9 prosenttia. Näistä prosentuaalisesti eniten on Iltä-Sanomissa Yle TV2:n, Yle Teeman sekä useiden kanavien ohjelmia käsittelevistä jutuissa. Iltalehdellä kärjessä ovat niin ikään useiden kanavien, Yle Teeman ja hieman yllättäen Subin ohjelmia käsittelevät

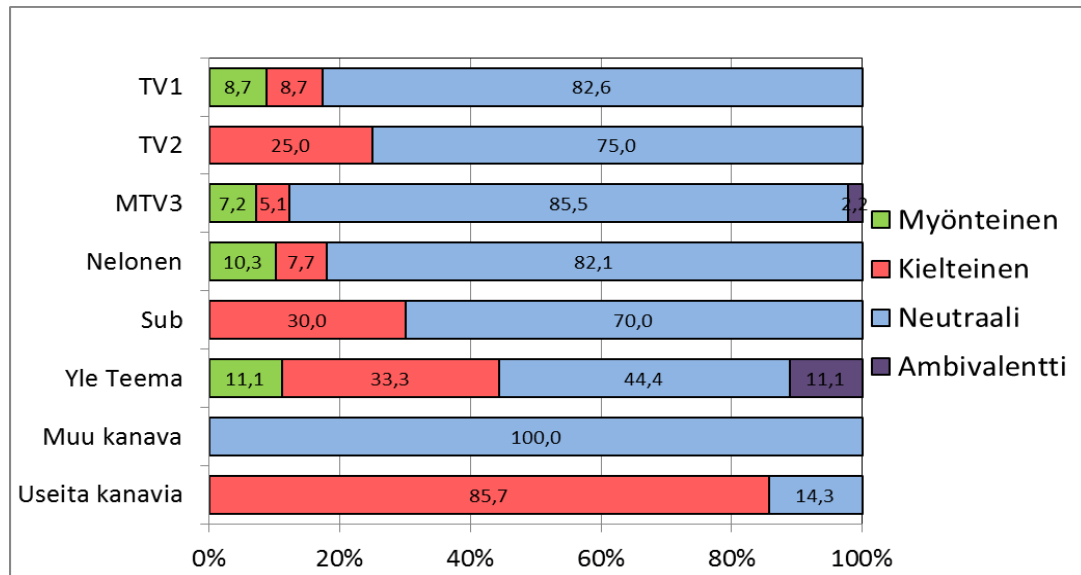
jutut. Ilta-Sanomat suhtautuu verrattaen kielteisesti kaikkien Ylen kanavien ohjelmiin. Kumpikaan lehti ei suhtaudu ollenkaan negatiivisesti muiden, eli pienten kanavien ohjelmiin. Kielteisyys useita kanavia käsittelevissä jutuissa selittyy sillä, että nämä jutut ovat usein Ylen kaikkiin kanaviin kohdistuvia kritiikkejä, kuten ”Katsojat raivostuivat Ylelle” tai ”Muistatko nämä Ylen flopit”.

Toisaalta Ilta-Sanomat kirjoittaa prosentuaalisesti eniten myös myönteisiä juttuja useiden kanavien ohjelmia käsittelevistä jutuista, kun taas Iltalehdessä kyseisessä kategoriassa ei ole yhtään myönteistä juttua. Molemmat lehdet kirjoittavat Yle Teemasta myönteisemmin kuin muista Ylen kanavista. Nelosesta on molemmilla enemmän myönteisiä juttuja kuin MTV3:sta, mutta toisaalta Iltalehdessä Nelosesta kirjoitettiin myös enemmän kielteisiä juttuja kuin MTV3:sta. Kummassakaan lehdessä ei ole yhtäkään Subin ohjelmia käsittelevää myönteistä juttua, minkä lisäksi Iltalehdessä ei myöskään ole positiivisia juttuja muiden kanavien ohjelmista. Kaikista jutuista myönteisiä on Ilta-Sanomissa 11,1 prosenttia eli 29 kappaletta ja Iltalehdessä 7,3 prosenttia, eli 19 kappaletta.

Kuva 2: Kirjoituksen sävy tv-kanavittain Ilta-Sanomissa (prosenttia)



Kuva 3: Kirjoituksen sävy tv-kanavittain Iltalehdessä (prosenttia)



Kahta lehteä verrattaessa Iltalehdessä on hieman enemmän neutraaliin sävyyn kirjoitettuja juttuja, Iltä-Sanomissa puolestaan myönteisten ja kielteisten juttujen määrät ovat prosentuaalisesti hieman korkeammat. Myös ambivalentteja juttuja Iltä-Sanomissa (9 kappaletta) on hieman Iltalehteä (6 kappaletta) enemmän.

### 5.3.3 Juttuaiheet ja osastot

Iltä-Sanomien ja Iltalehden televisio-ohjelmiin liittyvien juttujen aiheet poikkeavat yllättävän paljon toisistaan. Viihde & kulttuuri nousee molemmissa lehdissä selkeästi esiin yleisimpänä aihepiirinä - Iltä-Sanomissa siihen lukeutuu 99 juttua, eli 37,9 prosenttia kaikista jutuista ja Iltalehdessä 73 juttua, eli 28,1 prosenttia. Seuraavien sijojen keskuudessa on kuitenkin hyvinkin paljon vaihtelua.

Iltä-Sanomissa toiseksi yleisin aihepiiri on työ & toimeentulo (12,6 prosenttia), minkä jälkeen tulevat melko tasaisesti koti, perhe & ihmissuhteet (9,2 prosenttia) sekä riidat & moraalikysymykset (8,4 prosenttia). Iltalehdessä taas riidat & moraalikysymykset nousee toiseksi yleisimmäksi aihepiiriksi (15,4 prosenttia), koti, perhe & ihmissuhteet kolmanneksi (15 prosenttia) ja vapaa-aika & harrastukset neljänneksi (10,4 prosenttia). Työ & toimeentulo on vasta jaetulla viidennellä sijalla.

Taulukko 3: Aihepiirit osastojen mukaan Ilta-Sanomissa

Aihepiiri	Uutiset / kotimaa	Viihde	Pääkirjoitus	Urheilu	Viikon- vaihte	Teemat / erikoisliitteet	Yhteensä	Havaintojen lkm
Koti, perhe & ihmissuhteet	8,3	83,3	0,0	0,0	8,3	0,0	100,0	24
Viihde & kulttuuri	6,1	79,8	7,1	0,0	6,1	1,0	100,0	99
Rikos & rangaistus	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	3
Politiikka & talous	72,7	18,2	9,1	0,0	0,0	0,0	100,0	11
Riidat & moraalikysymykset	22,7	72,7	4,5	0,0	0,0	0,0	100,0	22
Työ & toimeentulo	3,0	78,8	0,0	0,0	12,1	6,1	100,0	33
Kauneus, ulkonäkö & terveys	0,0	94,1	0,0	0,0	5,9	0,0	100,0	17
Kuolema, vaara & onnettomuudet	6,3	93,8	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	16
Urheilu	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	100,0	4
Vapaa-aika & harrastukset	9,1	63,6	0,0	0,0	27,3	0,0	100,0	11
Elämyksiä & suuria tunteita	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	21
Yhteensä	10,3	78,2	3,4	0,8	6,1	1,1	100,0	
Havaintojen lkm	27	204	9	2	16	3		261

Taulukko 4: Aihepiirit osastojen mukaan Iltalehdessä

Aihepiiri	Uutiset / kotimaa	Viihde	Pääkirjoitus	Urheilu	Viikon- vaihte	Teemat / erikoisliitteet	Yhteensä	Havaintojen lkm
Koti, perhe & ihmissuhteet	5,1	94,9	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	39
Viihde & kulttuuri	8,2	69,9	11,0	0,0	11,0	0,0	100,0	73
Rikos & rangaistus	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	2
Politiikka & talous	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100,0	2
Riidat & moraalikysymykset	30,0	35,0	22,5	7,5	5,0	0,0	100,0	40
Työ & toimeentulo	4,3	82,6	0,0	0,0	4,3	8,7	100,0	23
Kauneus, ulkonäkö & terveys	4,3	87,0	0,0	0,0	8,7	0,0	100,0	23
Kuolema, vaara & onnettomuudet	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	9
Urheilu	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	1
Vapaa-aika & harrastukset	11,1	70,4	7,4	0,0	11,1	0,0	100,0	27
Elämyksiä & suuria tunteita	4,8	90,5	0,0	0,0	4,8	0,0	100,0	21
Yhteensä	11,5	71,9	7,7	1,5	6,5	0,8	100,0	
Havaintojen lkm	30	187	20	4	17	2		260

Selvästi suurin osa jutuista - Ilta-Sanomissa 78,2 prosenttia ja Iltalehdessä 71,9 prosenttia - on julkaistu iltapäivälehtien viihde-sivuilla. Ilta-Sanomissa valtaosa kaikista aihepiireistä, lukuun ottamatta politiikkaa & taloutta sekä urheilua, on viihdettä. Iltalehdessä rikos & rangaistus sekä politiikka & talous jakautuvat puoliksi viihteen ja jonkin toisen osaston kanssa, minkä lisäksi urheilujuttuja viihteesä ei ole. Toiseksi yleisin tv-ohjelmajuttuja julkaiseva osasto on molemmissa lehdissä uutiset /



kotimaa, johon Ilta-Sanomissa on mahtunut 10,3 ja Iltalehdessä 11,5 prosenttia kaikista jutuista. Suurin osastoihin liittyvä eroavuus lehdissä on pääkirjoitussivu, jossa Ilta-Sanomien jutuista on julkaistu vain 3,4 prosenttia, mutta Iltalehden jutuista 7,7 prosenttia.

Yksi huomaamani eroavaisuus iltapäivälehtien välillä on se, että Iltalehdessä sekä televisio-ohjelmia että muitakin viihteellisiä aiheita käsittelevät jutut julkaistaan Ilta-Sanomia useammin uutissivuilla. Jos aihe on hiemankin vakavampi, esimerkiksi julkisuuden henkilön syöpätaistelu tai lasten tosi-tv-ohjelman moraali, on se siirretty viihteestä uutisiin.

### *5.3. Yhteenveto*

Ensimmäinen havainto tuloksista on se, että Ilta-Sanomien ja Iltalehti ovat tutkimukseni valossa monilta osin hyvin samankaltaisia. Yhtenäisiä piirteitä löytyy paitsi mainitsemastani tv-juttujen määrästä, myös eniten huomiota saaneista tv-ohjelmista ja juttuja julkaisseissa osastoissa. Eniten eroavaisuuksia puolestaan on eri kanaviin kohdistuvissa sävyvalinnoissa sekä edustettujen tv-ohjelmien kirjossa. Myös suurimmissa aihepiireissä näkyy lehtikohtaisia eroja. Ilta-Sanomien käsittelee huomattavasti suurempaa joukkoa eri ohjelmia, kun taas Iltalehti keskittyy pienempään joukkoon. Se myös kirjoittaa esimerkiksi selvästi kielteisemmin Ylestä kuin Iltalehti.

Samankaltaisia havaintoja teki myös Herkman tutkiessaan vuosien 1996–2001 televisio-ohjelmiin liittyviä juttuja, kuvia ja mainoksia, tosin löytyy hänen tutkimuksestaan myös eroavaisuuksia omani kanssa. Herkmanin tutkimuksessa huomattavia iltapäivälehtien välisiä yhtäläisyyksiä löytyi muun muassa juttujen määrästä, tv-kanavien käsittelystä, aihevalinnoista, painotuksista ja ulkoasusta (Herkman 2005: 107–108). Eroista Herkman huomasi esimerkiksi sen, että Iltalehdessä tv-aiheiset jutut olivat viihteellisimpiä kuin Ilta-Sanomissa, joka julkaisi enemmän juttuja uutissivuilla (emt.: 158). Omassa tutkimuksessani tämä asetelma on toisin päin. Ilta-Sanomissa juttuja on enemmän viihdesivuilla, Iltalehdessä taas uutisissa. Erot eivät tosin ole suuret.

Konsernikytkökset näkyvät aineistossa melko selvästi mediayritysten omistussuhteissa tapahtuneista muutoksista huolimatta. MTV3 on selkeästi edustetuin kanava molemmissa lehdissä, mutta aikaisemmin samaan konserniin kuuluneessa Iltalehdessä se on silti esillä huomattavasti enemmän kuin Iltasanomissa. Nelonen puolestaan on saanut myönteisemmän käsittelyn konsernikumppanissaan Iltasanomissa, vaikka juttujen määrässä ei juurikaan ole eroa. MTV3:n valta-asema näkyy myös siinä, että molemmat lehdet kirjoittavat siitä hyvin neutraalisti. Sen ei siis tarvitse herättää mielipiteitä tai keskustelua päästäkseen esiin lehdissä.

Herkmanin tutkimuksessa omistussuhteet näkyivät selkeämmin kuin omassani. Oman konsernin kanavasta kirjoitettiin hänen tutkimuksensa aikaan selkeästi kilpailijaa myönteisemmin, minkä lisäksi omistuspohja näkyi juttujen määrässä. MTV3 sai Iltasanomissa suhteellisesti eniten kritiikkiä, mutta oli myös tuolloin selvästi johtava kanava molemmissa lehdissä. (Herkman 2005: 161–163.)

On hyvä muistaa, että lehtien väliset erot sävyissä, aiheina olevissa ohjelmissa, aihepiireissä ja osastoissa selittyvät pitkälti lehtien johdon erilaisilla näkemyksillä, uutispäivän vilkkauksella, totutuilla tavoilla ja toki myös konsernisuhteilla. Jutuista ja niiden näkökulmista päättävät ihmiset, joten on selvää, että heidän omat mieltymyksensä ja mielipiteensä näkyvät heidän tekemissään valinnoissa.

## 6 KOLME TARINAA TV-OHJELMAJOURNALISMISTA

Tässä luvussa syvennyn aineistooni vielä kolmen tapaustutkimuksen avulla. Luokitellessani aineistonkeruuajanjaksoni juttuja sain kattavan kuvan siitä, mitkä televisio-ohjelmat ovat missäkin vaiheessa syksyä 2012 herättäneet julkista keskustelua. Luokittelun perusteella olen valinnut kolme kiinnostavaa casea, eli tapausta, joita jokaista lähestyn erilaisista näkökulmista. Tapaustutkimusta käytetään, kun halutaan päästä yhden esimerkin avulla syvemmälle käsiteltävään aiheeseen, kuin välttämättä päästäisiin laajemmalla analyysillä. Sen avulla iso aineistomäärä voidaan koota yhteen helpommin ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Sen avulla ei välttämättä pystytä vastaamaan kaikkiin kysymyksiin täydellisesti, mutta se antaa viitteitä koko aineistosta. (Shuttleworth 2008.)

Ensimmäisenä paneudun aivan aineisto-otantani alussa käytyyn keskusteluun Ylen tuottamasta Suomen Marsalkka -elokuvasta ja sen tekemisestä kuvatuista Operaatio Mannerheim -dokumentista. Analysoin iltapäivälehtien roolia niin kutsutussa Yle vastaan Suomen kansa -debatissa. Toisena tapauksenani käytän aineistosta selvästi esiin noussutta Ilta-Sanomien Yle-kielteisyyttä, tarkastelen sen ilmenemistä ja pohdin syitä siihen. Kolmanneksi haluan tutkia vielä tarkemmin konsernikytköksiä, joten tarkastelen aineistojaksoni MTV3:n ja Nelosen suurimmista ohjelmista käytyä uutisointia.

Sovellan tutkimuksessani Eskolan (2001) esittelemää mallia laadullisen analyysin etenemisestä. Analyysini vaiheet ovat:

1. Aineiston tarkka läpikäyminen
2. Aineiston järjestäminen teemoittain
3. Varsinainen analyysi
4. Mielenkiintoisten havaintojen esiin nostaminen ja auki kirjoittaminen
5. Tulosten liittäminen aikaisempiin teorioihin

Käytännössä analyysi etenee niin, että luen aineiston tarkkaan yksi tapaus kerrallaan (1. vaihe) kiinnittäen huomiota seuraaviin seikkoihin: uutiskärki, jutun puhuja,

tiedonhankinta, lehden intressi ja kielenkäyttö (2. vaihe). Näiden huomiokohtien tehokkaalla ja syvällisellä analyysillä (3. vaihe) selvitän, millä tyylillä ja millaisin keinoin iltapäivälehdet televisio-ohjelmista kirjoittavat, millaiset aiheet niitä kiinnostavat ja miten lehtien omat intressit ja tarkoitusperät mahdollisesti paistavat juttujen läpi (4. vaihe). Lopuksi vertaan saamiani tuloksia ennako-oletuksiini sekä Herkmanin (2005) aikaisempiin tuloksiin.

### **6.1 Musta Mannerheim ja sinivalkoinen iltapäivälehdistö**

Tiistaina 14. elokuuta 2012 Iltalehti ja Helsingin Sanomat uutisoivat, että Ylen viihteen ja kulttuurin tuottaman Mannerheim-elokuvan päänäyttelijä on kenialainen, ja että koko elokuva on kuvattu Keniassa (kts. esim. Iltalehti 14.8.2012). Tästä alkaa viikkojen, jopa kuukausien mittainen rummutus, jonka aikana aihe on keskiössä iltapäivälehdissä ja myös laajasti muussa mediassa. Pikkuhiljaa elokuvasta ja sen taustoista selviää lisää, ja media nostaa puheenaiheeksi muun muassa elokuvan näyttelijän sopivuuden Mannerheimiksi, budjetin pienuuden, muiden Mannerheim-elokuvahankkeiden epäonnistumisen ja tuotantoryhmän oletetun tietojen pimittämisen Yleltä.

Käyn tässä alaluvussa läpi uutisointia Mustan Mannerheimin tapauksesta, ensin yleisesti ja sitten molemmissa iltapäivälehdissä erikseen, poimien selkeitä esimerkkejä lehtijutuista. Käytän tässä tutkimuksessa elokuvasta ja dokumenttisarjasta yhteisnimitystä Suomen Marsalkka sekä välillä Musta Mannerheim.

Havaintojaksoni aikana Ilta-Sanomat kirjoitti Mustasta Mannerheimista 21 juttua. Niistä kahdeksan, enemmän kuin yksi kolmannes, on kommentaareja, eli kolumneja, toimittajien kommentteja ja muita mielipidejuttuja. Sen sijaan varsinaisiksi uutisiksi luokiteltuja juttuja on vain neljä. Puheenaihe-juttuja on kahdeksan, eli yhtä paljon kuin kommentaareja. Iltalehti pistää vielä paremmaksi. Siinä juttuja on hieman enemmän, yhteensä 26, ja näistä jopa 11, eli lähes puolet, on kommentaareja. Utisia on viisi ja puheenaihejuttuja kolme. Iltalehti siis luottaa puolueettomiin uutisiin sekä niiden vastapainona mielipiteiden monipuoliseen esittämiseen. Ilta-Sanomat

puolestaan keskittyy hakemaan Musta Mannerheim -ilmiölle ja perusuutisille jatkokulmia.

Molempien lehtien juttutyypijakaumista voi päätellä, että tapaus Musta Mannerheim on tyypillinen esimerkki iltapäivälehtien populistisesta tavasta pitää yllä puheenaiheita ja luoda niiden ympärille keskusteluverkosto. Vaikka varsinaista uutisoitavaa on loppujen lopuksi melko vähän, saadaan herkullinen aihe pidettyä otsikoissa tuomalla esiin aina uusia osapuolia ja näkökulmia. Keskusteleavuudesta kertoo se, että paitsi kansalla, Yleisradiolla, sotaveteraaneilla ja Jörn Donnerilla, myös toimittajilla on omat mielipiteensä asiasta, ja he haluavat ne myös esittää.

*Taulukko 5: Suomen Marsalkka -elokuvaan ja Operaatio Mannerheim -sarjaan kohdistuva sävy artikkelin aihepiirin mukaan molemmissa lehdissä*

Aihepiiri	Myönteinen		Kielteinen		Neutraali		Ambivalentti		Yhteensä	
	IS	IL	IS	IL	IS	IL	IS	IL	IS	IL
Koti, perhe & ihmissuhteet					2	1			2	1
Viihde & kulttuuri	2	2	3		3	5		1	8	8
Politiikka & talous				1	1				1	1
Riidat & moraalikysymykset	2	1	3	8	2	2	1	2	8	13
Työ & toimeentulo			1						1	
Kuolema, vaara & onnettomuudet				1	1	1			1	2
Vapaa-aika & harrastukset						1				1
<b>Yhteensä</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>26</b>

Aihepiiriltään suurin osa jutuista on viihdettä ja kulttuuria sekä riitoja ja moraalikysymyksiä. Iltalehdellä riitoihin ja moraalisiin liittyviä juttuja on julkaistu jonkin verran enemmän kuin Ilta-Sanomilla. Seuraavaksi isoimmat aihepiirit ovat koti, perhe ja ihmissuhteet sekä kuolema, vaara ja onnettomuudet, mutta näihin lukeutuu vain muutamia juttuja.

Iltalehdessä neutraaleja ja kielteisiä juttuja on yhtä paljon, 10 molempia. Ilta-

Sanomissa neutraaleja on eniten, seitsemän kappaletta, eli kaksi enemmän kuin kielteisiä. Myös myönteisiä ja ambivalentteja juttuja on Iltalehdessä yhtä paljon. Iltta-Sanomissa myönteisiä juttuja on neljä ja ambivalentteja yksi. Iltalehdessä suurin osa riitoihin ja moraalikysymyksiin liittyvistä jutuista on kielteisiä, Iltta-Sanomissa sävyluokat jakautuvat huomattavasti tasaisemmin.

### *6.1.1 Iltta-Sanomien ja Marski*

”Suomen Marsalkka tulee Keniasta”, uutisoi Iltta-Sanomien viihdesivuillaan keskiviikkona 15. elokuuta 2012. Jutussa kerrotaan, että kaikessa hiljaisuudessa valmistellun Yleisradion Suomen Marsalkka -elokuvan tekopaikaksi on paljastunut Kenia ja pääosan esittäjäksi kenialainen Telley Savalas Otiento. Jutussa on haastateltu elokuvan tekijätiimiä sekä kenialaisnäyttelijän agentuurin edustajaa. Iltta-Sanomien on asiasta uutisoidessaan hieman myöhässä, sillä siitä ovat kertoneet edellisenä päivänä ensimmäisenä jo Iltalehti ja Helsingin Sanomat.

Heti ensimmäisen uutisen yhteyteen on tehty kolme kainalojuttua. Pääjutussa sävy on neutraali ja tyyli uutismaisen objektiivinen, mutta kainaloissa mielipiteet pääsevät esiin. Yhdessä on haastateltu sotaveteraaniliiton toiminnanjohtajaa, toinen on otsikoitu ”Kansa käy kuumana” ja siihen on poimittu otteita nettikeskustelusta. ”Tiedän, että veteraanit ovat kohteliaita, eivätkä sano tähän asiaan mitään, mutta tiedän myös sen, etteivät he pidä tästä”, toiminnanjohtaja Markku Seppä linjaa. ”Kuinkahan kalliiksi tämäkin tuli suomalaisille Yle-veron maksajille?”, kysyy puolestaan nettikeskustelija nimimerkillä Asdf.

Kun aihe on saatu esiteltyä lukijoille, hallitsee se Iltta-Sanomien sivuja koko loppuviikon. Siinä missä keskiviikon uutisointi on vielä maltillista, torstaina 16. elokuuta tapaus suorastaan räjähtää. Pakinoitsija Bisquit vertailee melko puolueettomaan sävyyn Suomen Marsalkkaa ja aikaisempia, rahavaikeuksiin kaatuneita Mannerheim-elokuvaprojekteja. Viihdesivuilla puolestaan otetaan käyttöön edellistä päivää kantaottavammat keinot. ”Huijasiko Yle suomalaisia”, kysyi viihteen avausaukeaman pääotsikko. Kainalojutussa Mannerheimiin paneutunut kirjailija ja elokuvaohjaaja Jörn Donner teillaa elokuvan ja aukeaman pienemmissä jutuissa näyttelijäliitto raivostuu ja omaa Mannerheim-elokuvaa

tuolloin vielä työstänyt tuottaja Markus Selin pahoittaa mielensä. Seuraavalla aukealla aiheen käsittely jatkuu Mannerheimin sukulaisen, kreivi Carl Gustav Mannerheimin haastattelulla.

Bisquitin pakinaa lukuun ottamatta kaikkien juttujen sävy on selkeästi kielteinen Yleä kohtaan, ja ne kaikki ovat juttutyypeiltään puheenaihejuttuja. Pääjutussa Ilta-Sanomat on huolissaan siitä, onko Yle elokuvasta aikaisemmin kertoessaan huijannut Suomen kansaa, eli lehden lukijoita. ”Suuri osa suomalaisista odotti elokuvasta aivan toista, kuin siitä on nyt paljastunut”, jutussa linjataan suorasukaisesti, ja jatketaan vielä nettikeskusteluihin viitaten: ”Paljastukset elokuvan sisällöstä, resursseista ja näyttelijävalinnoista ovat saaneet monet raivon valtaan.”

Näyttelijäliitto puolestaan paheksuu omassa puheenvuorossaan elokuvan pientä budjettia ja kenialaisnäyttelijöille maksetun palkan tasoa, sekä sitä, että Yle on tehnyt kotimaista draamaa ulkomailla. ”Kuulostaa erikoiselta, että Ylen kaltainen yhtiö ei maksaisi tšekäläisittäin käypää tasoa olevaa palkkaa”, liiton toiminnanjohtaja Elina Mäntylä kritisoi. Sukulaisen haastattelussa esiin nostetaan yllättävänkin rehellisesti kaikkien juttujen rivien välistä paistava ongelma: Kuinka legendaarisen suomalaissankarin rooliin on voitu valita tummaihoisen, afrikkalainen mies? ”Pääosan esittäjän valinta on kieltämättä hieman ihmeellinen. Olen nähnyt hänen kuvansa lehdessä ja mielestäni hän ei istu rooliinsa”, Mannerheimin veljen lapsenlapsi toteaa jutussa.

Markus Selinillä puolestaan on haastattelussa tämän tutkimuksenkin kannalta mielenkiintoinen pointti: ”Uskon, että - - he halusivat testata suomalaisten toleranssia ja sitä, miten he pystyvät pyörittelemään mediaa elokuvaprojektin avulla. Itse elokuva on toissijainen asia.”

Kun paheksunnasta päästään, on aika keskittyä syvemmin elokuvan sisältöön ja pääosan esittäjän persoonaan. Perjantaina 17. elokuuta osa Ilta-Sanomien viihdeosion sivuista on vaihdettu Ylen Mannerheim -sivuiksi, ja niiden pääjuttuna on elokuvasta kertova uutinen ”Puhtaasti ihmissuhde-elokuva”. Siinä puretaan elokuvasta pidetyn tiedotustilaisuuden antia, vastataan syntyneisiin kysymyksiin ja annetaan puheenvuoro Ylen eri tahoille. Myös tässä jutussa mainitaan epäily siitä,

että elokuvasta syntynyt kohu olisi ollut Ylen pääasiallinen tarkoitus koko elokuvahankkeessa, vaikka ohjaaja ja käsikirjoittaja vakuuttavatkin yllättyneensä syntyneestä keskustelusta. Pääosanesittäjä Telley Savalas Otiento on saatu puhelimen päähän, ja kainalojutuissa paneudutaankin hänen elämäänsä ja taustoihinsa jopa hieman tunteisiin vetoavallakin tavalla. Otiento muun muassa avautuu epäonnisesta rakkauselämästään. Aukeamalle on mahdutettu vielä toimittajan kommentti ”Miksi juuri Kenia?”, joka avaa lisää tiedotustilaisuuden antia. Kommentti on kuitenkin hyvin kesy ja sävyltään neutraali - kuten kaikki muutkin aukeaman jutut.

Seuraavalla aukeamalla lähdetään jopa elokuvaa kohtaan myönteiselle kannalle. Lehti on nimittäin etsinyt käsiinsä sotaveteraanin, joka ei ole loukkaantunut elokuvasta. ”Ei Mannerheimin arvo tästä mihinkään muutu, kuten ei muistakaan filmeistä ja paljastuksista”, Sakari Sippola toteaa haastattelussa, ja jopa kehuu ideaa mielenkiintoiseksi ja oivaltavaksi. Toimittaja yrittää hieman laittaa sanoja Sippolan suuhun nostamalla suorassa kysymyksessä jälleen esiin huijaamiskortin, mutta Sippola pysyy kannassaan. ”Pitääkö niistä kaikista kertoa? Parempi, että se tulee yllätyksenä”, hän sanoo Ylen puolustukseksi. Haastattelun lisäksi samalle aukeamalle on saatu mukaan myös dramaattinen uutinen, sillä Mannerheim-elokuvan kuvausryhmä on joutunut hengenvaaraan kuvauksissa.

Tämän jälkeen uutisointi Suomen Marsalkka -elokuvasta ja Operaatio Mannerheim -ohjelmasta rauhoittuu, ja seuraavina päivinä siitä kirjoitetaan lähinnä kolumneja. Kirsi Piha suhtautuu ”Mannerheim kuuluu kaikille” -viikonvaihdokolumnissaan 18. elokuuta elokuvaprojektiin myönteisesti ja ymmärtäväisesti, ja uskoo sen avaavan uusia puolia sotilaallisesta ikonistamme. Myönteisellä linjalla jatkaa myös maanantain 20. elokuuta toimittajan kolumni ”Vaihtoehtomarsalkka”, jossa ihmetellään taiteellisen vapauden teilaamista ja pohditaan elokuvan aiheuttaman järkytyksen syitä. Kolumnissa jopa kritisoidaan elokuvasta mielensä pahoittaneita ihmisiä - eli niitä, jotka alun perin samassa lehdessä nostettiin esiin ja päästettiin ääneen. ”[O]udointa on se, että Mannerheimiin kiihkomielisimmin suhtautuvat pitävät hänen perintöään niin heiveröisenä asiana, että sen voi häpäistä yhdellä elokuvalla”, kolumnissa kirjoitetaan.

Samassa maanantain lehdessä julkaistaan myös sävyltään neutraali ajankohtaisjuttu



”Kolme suurta rakkautta”, jossa kerrotaan Mannerheimin maineesta naistenmiehenä ja hänen elämänsä kolmesta naisesta, jotka ovat mukana myös Suomen Marsalkassa. Toimittajien kommentit aiheesta jatkuivat kuitenkin vasta seuraavan viikon 28. elokuuta lehdessä, ja tällä kertaa asenne on muuttunut kielteiseksi kolumnissa ”Ilmaiset kyydit – Mannerheimilla”. Toimittaja kiistää jyrkästi rasistisuutensa, mutta on silti sitä mieltä, että ”kun suomalaisille pyhästä Mannerheimista puhutaan, kyllä ulkomaalaisen näyttelijän valinta päärooliin on sama kuin astuisi omaan miinaan.” Myös Mannerheimin maineella ratsastaminen herättää paheksuntaa.

Seuraavana lauantaina 1. syyskuuta aiheesta kirjoittaa kolumnin Ilta-Sanomien päätoimittaja Ulla Appelsin. ”Taidetta ja rasismia” -kolumnin sävy on ambivalentti, sillä Appelsin yhtäältä allekirjoittaa taiteellisen vapauden: ”Suomi on vapaa maa ja se vapaus pätee myös taiteilijoihin: ohjaaja saa sijoittaa Marskinsa vaikka kuuhun”. Toisaalta hän kuitenkin samalla kritisoi niin kutsuttua kulttuuriväkeä, joka hänen mukaansa virheellisesti ”purkaa Mannerheim-myyttiä” ja ”takertuu (siihen) niin innokkaasti, että puurot ja vellit menevät sekaisin”. Appelsinin mukaan elokuva myös ”näyttää väkisinkin pakottaneen vastakkain ne kantasuomalaiset, jotka eivät ymmärrä roolituksen logiikkaa, ja maahanmuuttajat, joilla ei ole elokuvan syntyyn osaa eikä arpaa”.

Mielenkiintoista tässä väitteessä on se, että kyseisessä kolumnissa Ilta-Sanomat itse asiassa mainitsee vasta ensimmäistä kertaa Suomessa asuvat maahanmuuttajat ja nostaa esiin elokuvan ja sen nostattaman keskustelun mahdolliset vaikutukset heidän elämäänsä. Mielenkiintoista on myös se, että samalla kun Appelsin kritisoi älymystöä, joka hänen mukaansa ”hallitsee ylhäältä päin” peiliin katsomatta taide- ja suvaitsevuuskeskustelua, hän myös puhuttelee elokuvaa ymmärtämättömiä kantasuomalaisia ”niinä” – ikään kuin ”meidän”, sivistyneiden ihmisten vastakohtana.

Tiistain 4. syyskuuta lehteen on tehty reportaasi-henkinen juttu ”Näin valittiin Ylen uusi Mannerheim”, jossa avataan Suomen Marsalkka -elokuvan teosta kertovan dokumenttisarjan Operaatio Mannerheim ensimmäinen jakso. Lukuun ottamatta ingressin ”Ylen dokumentti kuvaa itseaiheutettuja kommelluksia Keniassa” hitusen halveksuvaa asennetta, jutun sävy on neutraali. Jutussa on siteerauksia sarjasta, ja

siinä kerrotaan, miten elokuvan tuotantotiimin ja näyttelijöiden kasaan haaliminen sujui Keniassa. Tämänkin jutun yhteydessä on lyhyt toimittajan kommentti ”Kevät koittaa Marskille”. Sen sävyn voi nähdä myönteiseksi, sillä vaikka toimittaja ei ole pitänyt dokumenttisarjaa erityisen hauskana, hän kuitenkin toivoo elokuvalla menestystä – tosin melko erikoisella tavalla. Toimittaja nimittäin vertaa tapausta Mel Brooksin elokuvaan Kevät koittaa Hitlerille, jossa kommentin mukaan ”tuottajat yrittävät tehdä taloudellinen petos mielessä mahdollisimman huonon natsimusikaalin. Lopputulos on kassamenestys”. ”Toivotaan samaa mustalle Suomen Marsalkalle”, toimittaja vielä lisää. Hän on myös itseironisen luottavainen sen suhteen, että dokumentti paranee jatkossa, kun ”edetään kotimaiseen mediakohuun”.

Tämän jutun jälkeen kirjoittelu Mustasta Mannerheimista hiljenee lopullisesti. Pieni uutinen ”Mannerheim-näyttelijä ei päässyt Suomeen” julkaistaan kolme viikkoa myöhemmin tiistaina 25. syyskuuta. Artikkelissa on kielteinen vivahde, ja sen mukaan elokuvan ja dokumenttisarjan päätähteä ei ole saatu tuotua Suomeen. Ohjaajan annetaan kuitenkin selittää asiaa viisumiongelmilla.

Viimeinen Mannerheim-juttu ”Max Bialystock” julkaistaan 3. lokakuuta. Se on kolumni, ja kaiken lisäksi saman toimittajan kirjoittama kuin edellinen kommentti. Nyt sävy on kuitenkin jo selkeästi negatiivinen. Toimittaja on nähnyt elokuvan ja on sitä mieltä, että aikaisemmin esillä olleen kevään sijaan Marsalkalle onkin koittanut takatalvi. Eikä toimittaja ole luottavainen Operaatio Mannerheiminkaan suhteen. ”Itselle nauraminen on vaikea laji. Se muuttuu helposti tyhjännauramiseksi. Onko itseironian pakko olla noin itsetietoista?” Hän kirjoittaa. Kolumnissa suhtaudutaan itseironisesti myös koko mediakohuun, tapauksen saamiin mahtipontisiin mittasuhteisiin ja oletettuihin stereotypioihin. ”IS:n haastattelemaa sotaveteraania Sakari Sippolaa ajatus mustasta Marskista huvitti, ja hän yhdisti termin vedätys Markus Selinin Mannerheimiin. Enää ei voi luottaa edes päivystävään veteraaniin”, kolumnissa kirjoitetaan.

### *6.1.2 Iltalehti ja Marski*

Kuten aiemmin mainitsin, uutisoivat Iltalehti ja Helsingin Sanomat 14. elokuuta 2012 ensimmäisinä tiedon siitä, että Ylen Mannerheim-elokuvan pääosaan on valittu

kenialainen näyttelijä. Aineistojaksoni ensimmäisenä päivänä 15. elokuuta Iltalehti pystyi siis syventymään jo jatkojuttuihin, kun taas Ilta-Sanomat julkaisi vasta niin sanottuja perusjuttuja aiheesta.

Lehden avausjuttuun ”Tällaista oli Marski-leffan kuvauksissa” Iltalehti on tavoittanut kaksi elokuvassa näyttelevää kenialaista miestä. Jutun sävy ei voi olla muuta kuin positiivinen, sillä näyttelijät kehuvat kuvauksia ja kertovat niistä jääneen hyvän muiston. Hieman toimittajan lisäämää asenteellisuutta juttuun kuitenkin tuo ingressiksi valittu ”Kenialaisnäyttelijä arvioi Mannerheim-elokuvaa ’Muppet-show’ksi”. Samaa linjaa Ilta-Sanomien kanssa vetää aukeaman alakertajuttu ”Veteraanit järkyttyivät”, jossa samainen Sotaveteraaniliiton toiminnanjohtaja Markku Seppä yhdessä Rintamaveteraaniliiton puheenjohtajan, ministeri Matti Louekosken kanssa paheksuvat elokuvaa. ”Sehän se tästä vielä puuttuisi, että lottana olisi joku mies”, Louekoski ”hymähtää” jutussa. Jutun sanavalintojen mukaan ymmärrystä ei heru ja miehet pitävät elokuvaa jopa rienaavana. Päivän kolmantena juttuna on neutraaliin sävyyn tehty esittely ”Mies Marski-leffan takana”, jossa kerrotaan elokuvan ohjaajasta Erkkö Lyttisestä.

Seuraavana päivänä 16. elokuuta lehti lähtee käyntiin Marski-aiheisella pääkirjoituksella. Neutraalissa kirjoituksessa elokuvaan suhtauduttiin objektiivisesti monelta eri kantilta. ”Suurmiestä on voitava tulkita uudella tavalla”, mutta ”(p)yrkimys uusiin tulkintoihin ei saisi kuitenkaan olla itsetarkoitus”. Myös reportaasijuttu ”Päätähdän karu tausta” on elokuvaa ja Yleä kohtaan sävyiltään neutraali kuvaus Mannerheimia näyttelevän Telley Savalas Otienton elämän vaiheista.

Sen sijaan juttu ”Näin Yleä huijattiin” on jo otsikkoaan myöten elokuvaa ja osittain myös Yleä kohtaan asenteellinen ja kielteinen. Kysymys-vastaus-malliin kirjoitetussa jutussa Ylen päätoimittajalta Atte Jääskeläiseltä kysytään muun muassa: ”Onko Ylen uutistoimitusta höynäytetty?”, ”Miksei elokuvan uutisoinnista välittynyt kansalaisille todellista kuvaa?”, ”Miksi Ylen uutiset vaikenevat aiheesta?” ja ”Tilanne vaikuttaa aika sekavalta?”. Tämä siitäkin huolimatta, että Jääskeläisen mukaan asiasta on uutisoitu muiden välineiden tavoin, elokuva olisi joka tapauksessa ylittänyt uutiskynnyksen ja aiheesta ei ole vaiettu, vaan päinvastoin kerrottu sekä Ylen tv-

lähetyksessä että nettisivuilla.

Ohessa on julkaistu Ylen toimitusjohtajan Lauri Kivisen haastattelu ”Ihan hyvä hanke”, jossa niin ikään toimittajan mielipide paistaa vahvasti läpi. Jutun sävy on ambivalentti, sillä haastateltavan asenne puolestaan on hyvinkin myönteinen sekä elokuvaa että Yleä kohtaan. ”Kivinen on haluton kertomaan esimerkiksi sen, miksi Yle päätti teettää töitä reilusti alihintaan tai miksi Yle ei kertonut elokuvasta olennaisia seikkoja edes talon omalle uutistoimitukselle”, jutussa kirjoitetaan. Kivisen mukaan taas tuotannosta vastaavat henkilöt kertovat asiasta tiedotustilaisuudessa, ”(h)yvät sopimukset on tehty” ja ”(t)ämä on ollut ihan hyvä hanke”. Jutussa tehdään numero siitä, että Kivinen ei osallistu elokuvan tiedotustilaisuuteen, vaikka tämän mukaan ”Ylen toimitusjohtajilla ei ole ollut tapana osallistua yksittäisten ohjelmien tiedotustilaisuuksiin”.

17. elokuuta ilmestyneessä lehdessä on viisi Mannerheim-juttua, joista jopa kolme on kommentaareja. Pääkirjoitusaukeamalla on Päivän kysymys verkossa -juttu, jossa tällä kertaa on kysytty: ”Aiotko katsoa Suomen Marsalkka -elokuvan?”. Juttuun on poimittu neljä vastausta verkkokeskustelusta, jotka ovat kaikki hyvin erilaisia. Jutun sävy onkin neutraali, sillä kaikki mielipiteet pääsevät esiin. Myös koko lehden avausaukeamalla oleva reportaasi ”Näin elää Kenian Marsalkka” on neutraali, sillä siinä Otiento vain kertoo elämästään, kuten ”elävänsä varsin askeettista elämää pienessä yksiössään Kenian pääkaupungissa Nairobissa”. Otiento myös ”vakuuttaa, että hän uskaltaisi tulla Suomeen, vaikka elokuva on kuumentanut tunteita, koska hän on tottunut yleisön antamaan kovaan kritiikkiin jo ennestään”. Kainalojuttuna on myös Ilta-Sanomissa uutisoitu kuvausryhmän joutuminen hengenvaaraan.

Seuraavan aukeaman juttu ”Leffan sivutuote nieli 150 000 euroa” on puolestaan selvästi kielteinen. Jutussa kerrotaan elokuvan kuvauksissa tehdystä kuusiosaisesta Operaatio Mannerheim -dokumenttisarjasta ja kritisoidaan sitä, että sen budjetti on yli seitsemän kertaa isompi kuin elokuvan. ”Varsinaisten elokuva- ja dokumenttikulujen lisäksi kertyi ryhmälle tuona aikana myös monenlaista muuta rahanmenoa, mutta valkokankaalla Suomen Marsalkan elämästä kerrotaan nyt todelliseen alehintaan”, jutussa sanotaan.

Mielenkiintoista on se, että kielteisen artikkelin yhteydessä on myönteinen toimittajan kommentti. ”Marskin myytti murskaksi” -kommentissa kirjoittaja on otsikosta huolimatta sitä mieltä, että ”(p)arempaa palvelusta tuleville suomalaisille sukupolville Yle ja Mannerheim-filmin tuottaja Erkkö Lyytinen eivät olisi voineet tehdä”. Toimittajan mukaan ”(s)uomalaisen yhteiskunnan synkimpiin ja ahdistavimpiin puoliin on aina kuulunut kuolleiden suurmiesten henkilöpalvonta”.

Viidentenä juttuna lehdessä on kolumni ”Joku ihme emmätiä varmaan kongolainen”. Sävy on ambivalentti, sillä toimittaja kritisoi sekä Mustasta Mannerheimista syntynyttä paheksuntaa ja kohua että itse elokuvaa. ”Ensin me raivosimme, että meidän tv-lupamaksurahoja tällaisiin rienaavuuksiin, ei onnistu, mutta kun kerrottiin, että rahaa meni 20 000, tuotumus muuttui, mitä helvettiä, meidän rahoja ei käytetty kunnolla Mannerheim-elokuvaan, halpatuotannon tekivät”, toimittaja kirjoittaa, ja jatkaa myöhemmin: ”Mannerheim homona, Mannerheim luukuttamassa hevosta, Mannerheim tummaihoisena. Jotenkin tässä nyt on vähän väljähtänyt olo.”

Siinä missä Ilta-Sanomien Marski-intoilu hiljeni 17. päivän jälkeen, Iltalehdessä se ei vielä näytä taantumisen merkkejä. Tosin myös Iltalehdessä kirjoittelu jatkuu hyvin kommentaarivetoisena. 18. päivän viikonloppunumerossa Mannerheim näkyy jo mielipidepalstalla. Kirjoituksessa ”Mannerheim oli valkoihoinen” Oltso Rovaniemeltä kertoo faktoja Mannerheimista ja perustelee, miksi tätä pitäisi esittää valkoihoinen näyttelijä. Kirjoituksesta on aistittavassa pientä ironiaa, mutta se on silti helppo ottaa vastaan kielteisenä. ”Filmejähän saa tehdä mielensä mukaan, mutta kun näinkin tärkeästä henkilöstä on kysymys, niin kyllähän päänäyttelijän pitäisi mielestäni olla vähintään suomenruotsalainen”, Oltso päättää kirjoituksensa.

Kotimaan neutraalissa haastattelujutussa ”Minun Mannerheimini” viisi elokuvantekijää, kuten Jörn Donner ja Markus Selin, kertovat omat näkemyksensä siitä, millaisen Mannerheim-elokuvan he tekisivät. Jutussa ei juurikaan oteta kantaa Suomen Marsalkkaan, vaan esitellään vain haastateltavien omia ideoita. Sen sijaan kielteiselle kannalle vaihdetaan Pikkutakki-pakinassa ”Uuno Kenian armeijassa”, jossa nostetaan jälleen esiin elokuvan halpatuotanto ja verrataan sitä siihen, että palkattaisiin kenialaisia kestävyysjuoksijoita halvalla urheilemaan suomalaisina. Juttu harhailee siis Mannerheimista suomalaiseen kilpaurheiluun ja työmaailmaan.

”Suomalainen sotilasfarssiperinne elää Afrikassa. Hauskempi kuin Vääpeli Körmy, erikoisempi kuin Uuno Turhapuro armeijan leivissä! Uusi halpahintaelokuva Suomen marsalkasta.” Mielenkiintoista tässä on se, että vielä edellisen päivän lehdessä toimittajan kolumnissa kritisoitiin juuri elokuvan budjetin paheksuntaa. Tämä on jälleen merkki siitä, että lehden edustamat mielipiteet vaihtelevat jatkuvasti.

Lehden viimeisenä juttuna on Matti-Esko Hytösen kolumni ”Bingo bango bongo”. Juttu on melko korkealentoinen, ja asennetta elokuvaa kohtaan on vaikea tunnistaa, joten jutun sävy on ambivalentti. Hytönen analysoi elokuvan kohtauksia ja sen intertekstuaalisia<sup>3</sup> viittauksia muihin elokuviin, sekä yhteyksiä Mannerheimin elämään.

Tämän jälkeen hiljenee Iltalehdessäkin. Seuraavan kerran aiheeseen palataan perjantaina 24. elokuuta yhden verkkokeskustelunoston ”Onko Mannerheim-elokuvan aiheuttama kohu liioiteltua” verran. Seuraavana päivänä Musta Mannerheim nousee esiin viikonvaihdeliitteen Sano se kirjeessä -palstalla. Palstalla elokuvaohjaaja Matti Kassila lähettää kirjeen Mannerheim-ohjaaja Lyytiselle, ja kritisoi tätä muun muassa siitä, ettei hän ”tsekannut ideaa kokeneilta elokuvavaihmisiltä” ja toivoo hänelle ”parempaa menestystä tulevaisuudessa”. 28. päivän ainoassa Marski-jutussa ”Minua vedettiin nenästä” kenraali Gustaf Hägglund purkaa raivoaan siitä, että häneltä huijattiin haastattelu Suomen Marsalkka -elokuvan nettisivuille. Hänelle asia oli esitetty niin, että tekeillä oli elokuva sankaruudesta.

Vielä syyskuun 4. päivän lehdessä Suomen Marsalkka -elokuvan kuvauksista tehtyä Operaatio Mannerheim -dokumenttia käsitellään isossa aukeaman jutussa ”Kaaos kuvauksissa”. Siinä kuvataan hyvinkin tarkasti dokumenttisarjan ensimmäisen osan tapahtumia. Koekuvaukset eivät mene putkeen ja tuottaja Erkko Lyytinen menettää hermonsa. ”Lopulta tilanne muuttuu niin kaoottiseksi, että tuotantoryhmä puhalttaa pelin poikki. Kaikki paikalle saapuneet ohjataan ulos tupaten täydestä tilasta.” Vaikka juttu sijoittuu aiheeltaan riitoihin ja moraalikysymyksiin, se ei kuitenkaan ole itse ohjelmaa kohtaan kielteinen vaan neutraali.

---

<sup>3</sup> Intertekstuaalisuudessa kiinnitetään huomiota erillisten tekstien, tässä tapauksessa elokuvien, välisiin suhteisiin (Dunderberg 2014).

Tämän jälkeen Marski-utisoinnissa seuraa usean viikon tauko. Seuraava juttuaalto alkaa elokuvan ensi-illan alla 25. syyskuuta. Kotimaan sivujen neutraalissa ”Avioero vaikeuttaa Suomeen tuloa” -jutussa kerrotaan elokuvan päätähtien Otienton ongelmista saapua Suomeen lehdistönäytöstä varten. 27. päivän lehdessä on jo paljon juttuja, sillä elokuva on näytetty toimittajille edellisenä päivänä. Jostain syystä uutisointi on Iltalehdessä siirretty viihdeosastolle, vaikka aiemmin jutut on julkaistu lähes aina kotimaassa. Aukeaman pääjutussa ”Marskista tehtiin vaimonhakkaaja” elokuvan tapahtumia avataan lukijoille hyvin kriittiseen sävyyn. Elokuvasta käytetään jopa ironiselta kuulostavaa luonnehdintaa ”Ylen suuri ylpeydenaihe” ja tuottaja Lyytisen kerrotaan ”pesevän kätensä” elokuvan sisällöstä. Juonen kiteyttää ingressi ”Ylen elokuvassa perheväkivaltaan taipuvainen marsalkka märehii ihmissuhdeongelmiaan liian isossa asepuvussa”. Tällaiset sanavalinnat saavat jutun sävyn kuulostamaan kielteiseltä, vaikka tarkoituksena onkin saattanut olla raportoida elokuvasta objektiivisesti.

Kielteistä mielikuvaa on tavoiteltu myös seuraavan sivun tuottaja Lyytisen haastattelussa ”Tämä on ollut sen arvoista”. Kyseessä on jälleen kysymys-vastaus-haastattelu, jossa Lyytiseltä penätään syitä siihen, miksi muun muassa elokuvan juonesta, kestosta ja näyttelijöistä on ennen syysä annettu harhaanjohtavaa tietoa. Kysymykset ovat tyyliltään provosoivia: ”Miten Ylellä voi olla näin pasmat sekaisin, ettei voida kertoa mitään ennen kuin elokuva on valmiina?” ja ”Oliko sittenkin kaiken takana se, että Ylen tuotanto halusi viettää mukavan Kenian-loman tv-lupamaksajien piikkiin?”. Myös pääkirjoitussivun Telley Savalas Otientolle lähetetyssä päivän meilissä Ylelle vinoillaan kunnolla. ”Olette päähenkilönä kyhäelmässä, joka on kuvattu vain siksi, että Yle voisi esittää vinoilevan ja kymmenen kertaa kalliimman tosi-tv-sarjan suomalaisen tv-ryhmän retkestä Keniaan”, siinä kirjoitetaan.

Kielteisten juttujen ohessa on jälleen kerran julkaistu pakkaa sekoittamaan toimittajan kommentti, jonka sävy poikkeaa täysin muista jutuista. ”Kenialainen nuotiotarina” -kommentissa elokuvaa kuvaillaan ”kauniiksi ja vähän surulliseksi nuotiotarinaksi”, vaikka saman aukeaman pääjutussa se oli vielä väkivaltainen ja hidastempoinen. Myös näyttelijätyön kehutaan olevan erinomaista.

Iltalehden viimeinen Marski-juttu julkaistaan 29. syyskuuta ja se on otsikoltaan ”Kenialainen satu”. Siinä Suomen marsalkka -elokuva on katsottu sitä aiemmin moittineen kenraali Gustaf Hägglundin kanssa. Jutun sävy on neutraali, sillä Hägglund ei ole elokuvan nähtyään siitä enää kovin vahvasti mitään mieltä. Hägglund lähinnä ihmettelee, millainen ennakkokohu elokuvasta saatiin aikaan, ja kuvailee sitä saduksi, joka ei ”edes yritä kuvata todellista Mannerheimia”. Rivien välistä Hägglundin voidaan lukea jopa yllättyneen positiivisesti elokuvasta. Ylelle hän antaa ”kouluarvosanan 10+ markkinoinnista”.

### *6.1.3. Yhteenveto*

Tapaus Musta Mannerheim on omiaan jakamaan mielipiteitä paitsi kansan ja haastateltavien, myös iltapäivälehtien toimitusten sisällä. Erilaisia mielipiteitä Suomen Marsalkka -elokuvaa ja Operaatio Mannerheim -dokumenttia kohtaan tuntuu molemmilla lehdillä olevan yhtä paljon kuin niiden toimituksissa on toimittajia. Mielipiteiden monimuotoisuus meni niinkin pitkälle, että samalla sivulla saatettiin julkaista elokuvaa kriittisesti käsittelevä juttu, ja sen ohessa kommentti, jossa puolusteltiin juuri näitä kritiikin kohteena olleita asioita.

Tapaus Musta Mannerheim on myös aihe, johon yleisö pyrittiin koukuttamaan paheksunnan kautta. Ensin paheksuttiin sitä, että Yle teki elokuvan veronmaksajien rahoilla. Sitten sitä, että elokuvan budjetti oli niin pieni ja että kenialaisille näyttelijöille ei maksettu tarpeeksi palkkaa. Sen jälkeen jälleen sitä, että veronmaksajien rahoja käytettiin kalliiseen dokumenttisarjaan. Monista haastatteluista paistoi läpi, että niitä oli lähdetty tekemään tietty lopputulos mielessä, vaikka niiden näkökulma periaatteessa riippuikin haastateltavan sanomisista. Jos vastaukset eivät olleet sitä mitä piti, ennalta valittua näkökulma tuotiin esiin kysymysasettelussa ja sanavalinnoissa.

Tapaus nosti esiin myös asenteiden ylläpitämiseen liittyvän paradoksin, johon viittasin alaluvussa 2.2 käyttäen esimerkkinä Nikusen (2002: 57) tutkimusta Ally McBeal -sarjan uutisoinnista. Samalla kun iltapäivälehdet moralisoivat sarjan luovan huonoa esimerkkiä nuorille naisille, ne kuitenkin markkinoivat sitä juuri kyseiselle katsojaryhmälle, ja loivat Allysta nuorten naisten esikuvaa. Suomen Marsalkasta



kirjoitetuista kommentaareissa ja haastatteluissa puolestaan tuodaan selvästi esiin epäily siitä, että tekijöiden päällimmäinen tarkoitus oli nostattaa asiasta mediakohu. Silti media itse astui suoraan tähän miinaan antamalla aiheelle koko ajan enemmän nostetta. Paradoksaalisena voidaan nähdä myös se, että elokuvaa ja sarjaa esitellään jatkuvasti mahdollisimman kiinnostavasti ja värikkäästi, mutta samalla taustalta kumpuaa paheksunta niitä ja niiden katsomista kohtaan.

Marski-uutisointi on hyvä esimerkki iltapäivälehtien populistisesta tyylistä käsitellä ajankohtaisia ilmiöitä. Johanna Korhonen (2013: 9) määrittelee populismin tavaksi pelkistää asiat ”yksinkertaisiksi vastakkainasetteluiksi”. Siihen kuuluu uhkakuvien esittäminen, syyllisten etsiminen, ihmisten itsekkyyteen vetoaminen ja asioiden vahva yksinkertaistaminen. Pamfletissaan Korhonen käsittelee populismia politiikassa, mutta sen määrittelyä voi soveltaa koskemaan myös iltapäivälehtijournalismia.

Suomen Marsalkka -elokuvan ensi-ilta oli Rakkautta & Anarkiaa -festivaaleilla 28. syyskuuta (Suomen Marsalkka 2012) ja dokumenttisarjaa esitettiin Yle Teemalla 30. syyskuuta alkaen. Iltapäivälehdissä tämä kansaa kuohuttanut elokuvahanke unohtui heti ensi-illan jälkeen. Iltalehti kirjoitti viimeisen juttunsa Mustasta Mannerheimista 29. syyskuuta ja Ilta-Sanomat 3. lokakuuta. Molemmat julkaisivat yhden jutun elokuvan vastaanotosta - Iltalehti haastatteleamalla Gustaf Hägglundia sen sisällöstä, Ilta-Sanomat kolumnin muodossa. Kiinnostus siis lopahti kuin seinään heti sen jälkeen, kun lukijat olivat päässeet näkemään elokuvan. Asiaan ei palattu koko syksyn aikana kertaakaan, vaikka se oli parin kuukauden ajan ollut iltapäivälehtien puhuttanein ja kohutuin aihe, jonka jokainen käänne uutisoitiin näyttävästi. Edes sitä ei seurattu loppuun, pääsikö elokuvan päänäyttelijä lopulta ollenkaan Suomeen.

Mistä tämä johtui? Pidettiinkö aihetta yksinkertaisesti loppuun käsiteltynä sen jälkeen, kun elokuva oli saatu kaikkien nähtäville? Vai tajusivatko lehdet kenties astuneensa Ylen ansaan antaessaan tälle pienen budjetin elokuvahankkeelle niin paljon palstatilaa? Alkoiko niitä hävettää pienelle, kokeilevalle elokuvalle, jota Gustav Hägglundkin kutsui ”saduksi, joka ei edes yritä kuvata todellista Mannerheimia”, annettu media-arvo.

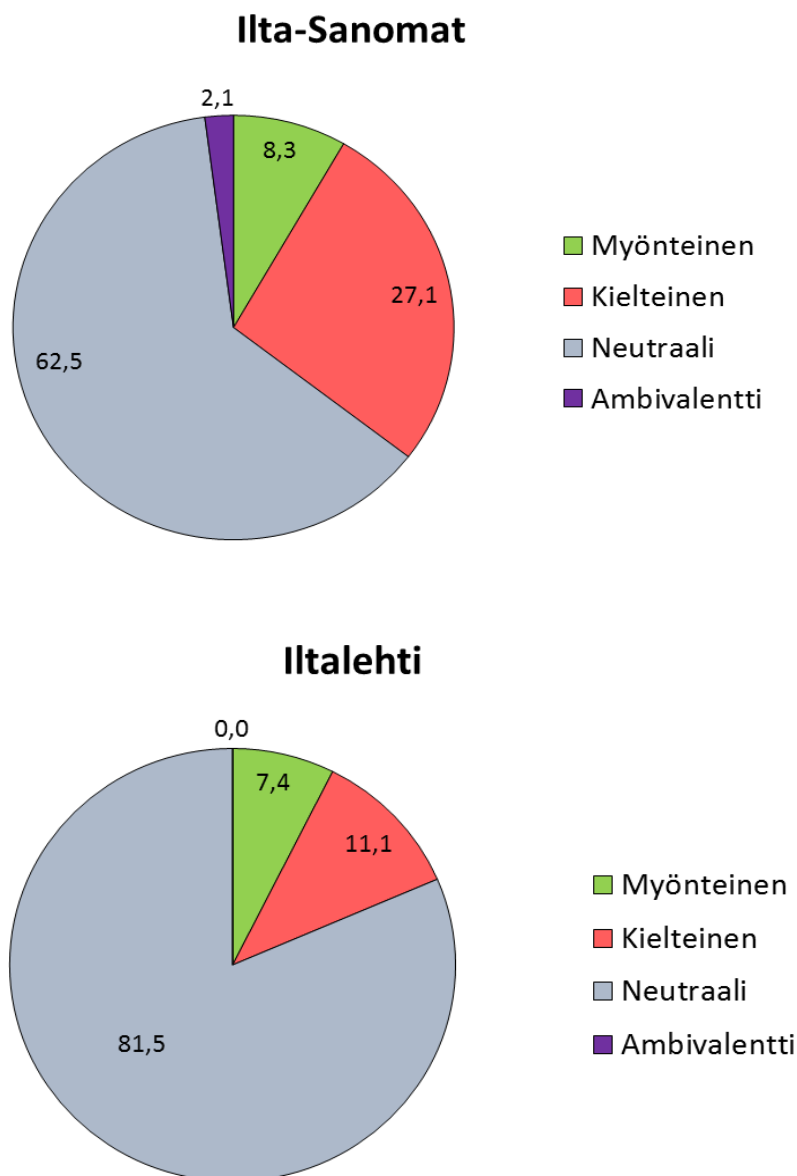
## 6.2 ”Meidän verorahoilla” – Ilta-Sanomien Yle-viha

Yksi aineistostani silmään pistävä huomio on se, kuinka negatiivisesti Ilta-Sanomat kirjoittaa Yleisradiosta ja sen tv-ohjelmista. Lehden 48 Yle TV1:een tai TV2:een liittyvistä jutuista jopa 27,1 prosenttia, eli yli neljännes, on sävyltään kielteisiä. Määrä on huomattava, sillä kaikista Ilta-Sanomien tv-ohjelmajutuista kielteisiä on vain 13,4 prosenttia. Erityisen paljon kielteisiä juttuja, jopa 46,7 prosenttia, on Yle TV2:n ohjelmista. Määrä on huomattava myös, kun sitä vertaa kilpailijan juttuihin. Iltalehdessä 27:stä TV1- ja TV2-kanaviin liittyvistä jutuista kielteisiä oli vain 11,1 prosenttia.

Ilta-Sanomissa myös myönteisiä Yle-juttuja on enemmän kuin Iltalehdessä, kun taas neutraaleja on huomattavasti vähemmän. Tämä kaikki kertoo ylipäätään siitä, että Ilta-Sanomien Yle-jutuissa mielipiteet ovat esillä enemmän kuin Iltalehdessä. On kuitenkin otettava huomioon, että Yle-aiheisia juttuja on Iltalehdessä kaiken kaikkiaan paljon vähemmän kuin Ilta-Sanomissa.

Myös Herkman (2005: 133, 138) huomasi tutkimuksessaan, että jo vuosina 1996–2001 Ilta-Sanomat kirjoitti määrällisesti paljon Iltalehteä enemmän Ylestä ja sen ohjelmista. Sävyyn suhteen muutosta on kuitenkin tapahtunut paljon. Herkman on erotellut jutut osastojen mukaan ja huomannut, että uutissivuilla julkaistuista Yle-jutuista Iltalehdessä jopa puolet on kielteisiä, Ilta-Sanomilla vajaa kolmasosa. Sen sijaan viihteessä julkaistuista jutusta vain muutama on sävyiltään kielteisiä. Kaiken kaikkiaan viihteessä julkaistut jutut olivat Herkmanin tutkimuksen aikaan hyvin vahvasti neutraaleja tai myönteisiä. (Emt: 134, 139.)

Kuva 4: TV1- ja TV2-kanaviin kohdistuva sävy iltapäivälehdissä (prosenttia)



Tässä luvussa tarkastelen Ilta-Sanomien Yle-kielteisyyttä. Selvitän, miten se ilmenee ja mistä se mahdollisesti johtuu. Olen valinnut esimerkkijutut määrällisen tutkimukseni tuloksista niin, että ne antavat mahdollisimman kattavan kuvan käsiteltävästä ilmiöstä. Olen valinnut tarkastelun alle kielteisiä juttuja Yle TV1:n ja TV2:n ohjelmista, ja vertailun vuoksi niiden oheen muutaman myönteisen jutun. Vertaan Ilta-Sanomien juttuja myös niin sanotusti vastaaviin Iltalehden juttuihin. En ota tähän tapaustutkimukseen mukaan Yle Teemaan liittyviä juttuja, sillä niissä on kaikissa aiheena jo kertaalleen käsitelty Musta Mannerheim -tapaus. Ne vääristäisivät helposti Yleen kohdistuvien juttujen sävyjakaamaa.

Kielteiset jutut liittyvät useimmiten Ylen tekemiin isoihin hankintoihin, rakastettujen sarjojen lopettamiseen tai julkisen palvelun Ylelle sopimattomana pidetyn toiminnan paheksumiseen. Termit, kuten ”Ylen arvot”, ”julkinen palvelu” ja ”veronmaksajien rahat” toistuvat Yle-kielteisissä jutuissa. Näistä hyviä esimerkkejä ovat esimerkiksi jutut ”Ei sovi Ylen arvoille” (10. lokakuuta 2012), joka kertoo Ylen ostamasta Pakko tanssia -ohjelmasta ja ”Miljoonafloppi” (12. lokakuuta 2012), jossa käsitellään Uusi päivä -draamasarjan huonoja katsojalukuja. Jälkimmäisestä käytetään kuvauksia ”suursatsaus” ja ”miljoonafloppi”, ensimmäisestä ”miljoonasatsaus” – ja mahdollinen floppi. Muutamalla tarkoin valitulla sanalla yhdistettynä edellä mainittuihin julkiseen rahoitukseen ja Ylen arvoihin onnistutaan luomaan lukijoille kielteinen kuva käsiteltävistä ohjelmista ja koko Yleisradiosta. Uusi päivä -jutun oheen on lisäksi kerätty kooste ”Muistatko nämä Ylen flopit”, joka jo otsikkonsa puolesta ottaa vahvasti kantaa Ylen ohjelmien tasoon. Sama ilmiö näkyi jo Suomen Marsalkasta tehdyissä jutuissa. Lehdet ja niiden esiin nostamat kansalaiset paheksuivat sitä, että juuri julkisella rahoituksella pyörivä Yleisradio tekee jotain kokeellista ja viihteellistä.

Yksi Ilta-Sanomien jutuissa toistuva tapa luoda kielteisyyttä tekstiin, on laittaa haastateltavat kiistämään asioita – jopa sellaisia, joita he eivät muuten ottaisi millään lailla esiin. Esimerkiksi Uusi päivä -jutussa kirjoitetaan: ”Pihlajamäki kiistää, että Yle olisi karsinut kulttuurista saadakseen enemmän nuorisolle suunnattua ohjelmaa.” Tämä siitäkin huolimatta, että missään vaiheessa ei ole edes väitetty kulttuurisisältöjen vähentyneen. Kiistää-verbin käytöllä tällainen mielikuva kuitenkin saadaan luotua, sanoi haastateltava mitä tahansa.

Aineistojaksollani, eli syksyllä 2012 elettiin pitkän linjan suomalaisen suosikkisarjan Kotikadun lopun aikoja. Tämä tarjosi iltapäivälehdille hyvän mahdollisuuden revitellä sarjan näyttelijöiden tulevilla kohtalolla. 24. syyskuuta julkaistussa jutussa ”Ei töitä tarjolla” näyttelijät tilittävät tilannettaan ja huonoa työnäkyvyyttään. Artikkelissa ja sen kahdessa kainalojutussa toistuvat muun muassa kuvaukset ”jää tyhjän päälle”, ”tilanne on epävarma”, ”suunnitelmat ovat auki”. Kielteistä sävyä luodaan myös adjektiiveilla ja verbeillä, joita näyttelijöiden kohdalla käytetään: ”Ei tässä paljon mitään töitä ole, näyttelijä kertoo apeana.”

Vahvimmin kielteinen asenne Yleä kohtaan näkyy toimittajien kirjoittamissa kommenteissa ja kolumneissa. Päätoimittaja Ulla Appelsin kritisoi kolumnissaan ”Rahalla saa ja Ylelle pääsee” (13. lokakuuta 2012) sitä, että Yle käyttää suuria summia ohjelmiin ja satsauksiin ilman, että se joutuu ollenkaan miettimään ohjelmien saavuttamaa suosiota tai oston kannattavuutta. ”Vaikka tanssiviihdettä ei katsoisi kukaan, mikään ei uhkaa Ylen kassaa eikä johtaja Tolan työpaikkaa”, Appelsin kirjoittaa viitaten jo edellä mainittuun Pakko tanssia -formaattiin. Elämä pelissä -ohjelmassa runsaasti viljellyt kiro sanat puolestaan saivat raivoihinsa sekä katsojat että toimittajat. ”(M)iksi provosoida katsojia kiro sanoilla, kun viesti menee perille ilman veetäkin? Vastaus taitaa löytyä tekijöiden ammattitaidosta”, toimittaja kirjoittaa kommentissaan 2. lokakuuta. Sen vieressä julkaistussa Ylen saamasta palautteesta kertovassa jutussa sanotaan lisäksi, että ”katsojat raivostuivat siitä, että ohjelmassa kiroiltiin runsaasti”.

Toimittajat saa älähtämään myös Ylen A2 Teemailta, jossa aiheena on ollut huippu-urheilu. Urheilusivuilla 11. lokakuuta julkaistussa Pekka Holopaisen kolumnissa ”Ytimessä vai ulkokehällä” aiheena on oikeastaan mäkihyppyvalmentaja Mika Kojonkosken ohjelmassa antamat lausunnot ja niiden analysoiminen, mutta kolumnin alusta löytyy luonnehdinta myös itse ohjelmasta. ”Ylen A2 Teemasta, huippu-urheilun keskusteluillasta, tuli tiistaina juuri sellainen kuin näistä aina tulee: äänekäs, parhaimmillaan varsin viihdyttävä sillisalaatti vailla konkretiaa tai rakentavaa otetta. Oikeita huippu-urheiluihmisiä studioon oli naarattu sen verran, että heidät pystyi laskemaan tumpelon sirkkelimiehen yhden käden sormin.”

Myös 13. lokakuuta Pekka Seppäsen kolumnissa ”Doping on ihan OK” käsitellään lähinnä A2 Teeman sisältöä ja siitä noussutta keskustelua, unohtamatta kuitenkaan kommentoida myös itse ohjelmaa. ”Teemailta on pari tuntia kestävä tv-ohjelma, johon houkutellessa 18 hyväuskoista hölmöä ”keskustelemaan” ja nolaamaan itsensä. Tällä kertaa mörköopperan aiheena oli huippu-urheilu.”

Mielenkiintoista on se, että siinä missä alun perin Yleisradiota pidettiin tv-maailman hyvänä ja laadukkaana toimijana ja MTV3-kanavaa turmiollisena ja sivistykselle haitallisena (kts. luku 2), tuntuvat osat nyt ainakin Ilta-Sanomien juttujen valossa

vaihtuneen. Vaikka Yleä ei suorastaan sivistykselle haitallisena pidetäkään, vahditaan sen jokaista liikettä ja päätöstä äärimmäisen tarkasti, valmiina älähtämään heti, kun se astuu julkisen palvelun yhtiölle asetettujen kuvitteellisten rajojen ulkopuolelle.

Jo aiemmin mainitsemieni kiroilun ja kalliiseen viihdeohjelmaan sijoittamisen lisäksi uutiskynnys ylittyy, kun Ylen asiallisena ja laadukkaana pidetyssä ohjelmassa ylitetään ”hyvän maun raja”. 22. lokakuuta julkaistussa jutussa ”Uutisvuotoa sensuroidaan” kerrotaan, kuinka katsojat pahastuivat Uutisvuodon vitsistä, jossa Paavo Lipposta verrataan vaippoihinsa ulostaneeseen vanhukseen. Jutussa korostetaan, että loukkaantuneet lukijat ovat ottaneet yhteyttä nimenomaan IS:n toimitukseen. Palautteen myötä pilkkaava vitsi on päätetty poistaa ohjelman uusintälähetyksestä sekä Yle Arenasta. Jutussa Uutisvuodon juontaja sekä ohjelmapäällikkö pahoittelevat kilpaa tilannetta ja myöntävät rajan ylittyneen. ”Olihan se ehdottomasti mauton kuva, ihan hirvittävä. Näin kuvan ensimmäisen kerran nauhoituksissa, ja olen tosi pahoillani, että se oli sellainen. Minustakin tuntui pahalta, kun näin kuvan”, juontaja Baba Lybeck pahoittelee, ja kääntää keskustelun huoleen vanhuksien huonosta kohtelusta.

Runsaasti kielteistä palstatilaa Ilta-Sanomissa floppi-uutisten ja kolumnien muodossa saanut Ylen Pakko tanssia -satsaus jää Iltalehdessä syksyn 2012 aikana täysin uutisoimatta. Tämä on erittäin mielenkiintoista, sillä usein iltapäivälehdillä on tapana tarttua toistensa nostamiin isoihin puheenaihejuttuihin, ja jatkaa siitä, mihin toinen on jäänyt. Kotikadun lopettamisella Iltalehtikin uutisoi, mutta aina neutraaliin, objektiiviseen sävyyn. Jutut ovat reportaasihenkisiä, kuten ”Näin Kotikatu päättyy” (21. elokuuta) ja ”Kotikadun kulisseissa” (28.8.). Myös ilman työtä jääneiden näyttelijöiden haastattelut on käännetty objektiiviseen, jopa hieman positiiviseen suuntaan. Esimerkiksi 20. lokakuuta julkaistussa henkilöhaastattelussa ”Vapaa Kotikadusta” Lena Meriläinen korostaa sitä, kuinka Kotikadun loppuminen avaa uusia mahdollisuuksia, vaikka vielä vähän aikaisemmin Ilta-Sanomissa hän oli kertonut jäävänsä tyhjän päälle.

Kotikatu on hyvä esimerkki siitä, kuinka iltapäivälehdet pystyvät oman ennakoasenteensa mukaan päättämään, millainen mielikuva jutusta lukijoille jää. Samasta haastattelutilanteesta voi olla mahdollista tehdä hyvin erilaiset jutut, kun

muuttaa näkökulmaa ja kysymysasettelua.

Ilta-Sanomien motiivia Yle-kielteisyyteen on vaikea päätellä ilman haastattelututkimusta. Yhtenä syynä voidaan pitää populismia. Kanavaa on helppo osoitella sormella ja syytellä, sekä asettaa vastakkain kaltoin kohdellun kansan tai näyttelijöiden kanssa. Käyttäytyessään odotusten vastaisesti Yle on helppo kohde kritisoinnille, sillä se toimii julkisella rahoituksella, eikä näin ollen ole oikeutettu samanlaisiin vapautuksiin kuin kaupalliset kanavat. Julkisen palvelun Ylen odotetaan toimivan kansalaisten luottamuksen arvoisesti, joten ”mokatessaan” se on tarkemman suurennuslasin alla. Nämä seikat eivät kuitenkaan auta selittämään sitä, miksi Iltalehti suhtautuu Yleen selvästi kilpailijaansa myönteisemmin ja toisaalta juttujen määrässä nähtynä myös välinpitämättömämmin.

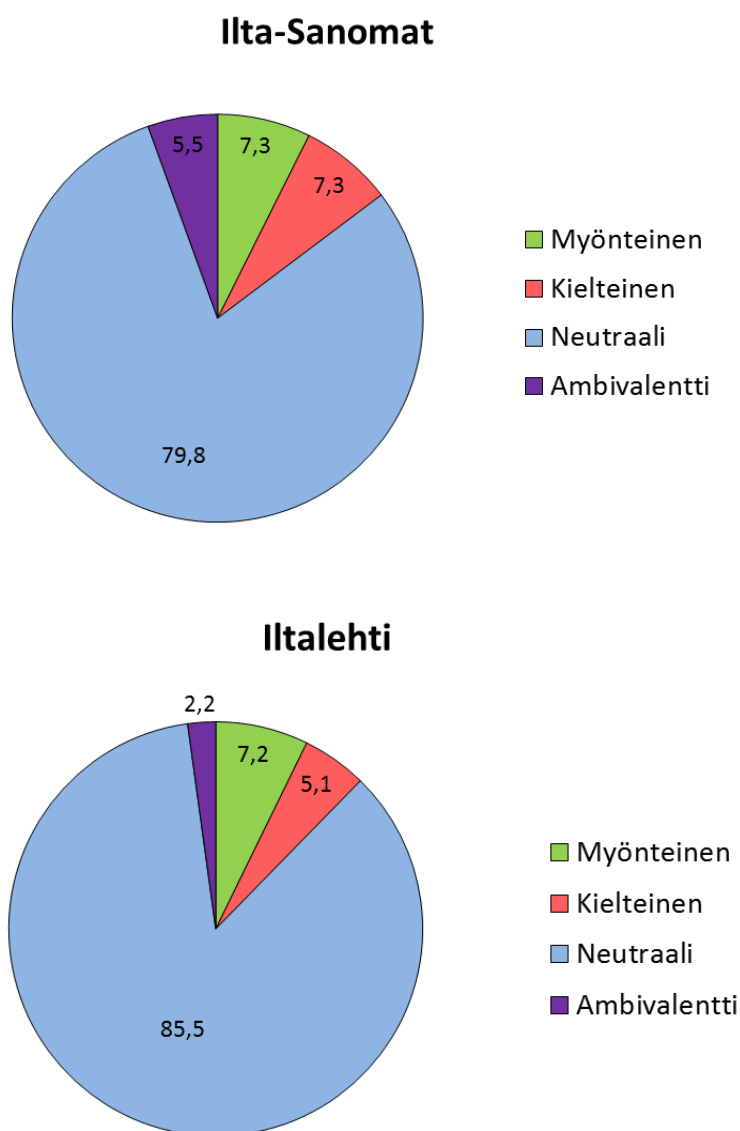
Ilta-Sanomien kanssa samaan konserniin kuuluvan Helsingin Sanomien entinen päätoimittaja Mikael Pentikäinen tunnettiin kiivaana lakisääteisen, televisiomaksun korvanneen Yle-veron vastustajana. Hän kritisoi muun muassa sitä, että Yle vertasi veron määrää vapaaehtoisten lehtitilausten hintoihin (esim. Yle 2011). Pentikäinen on arvostellut Yleä myös viestintämarkkinoiden valtaamisesta. Päätoimittajapestistään irtisanotuksi tulemisen jälkeen hän lisäksi esitti, että suomalaisten sanomalehtien pitäisi median murroksessa säilyäkseen saada apua ja yhteistyötä Yleltä. (Kataja-Lian 2013.) Pentikäinen toimi Helsingin Sanomien päätoimittajana vielä aineisto-otantani aikana, ja voikin olla, että negatiivinen asenne Yleä kohtaan levisi Ilta-Sanomiin ylempää, tässä tapauksessa Sanomatalon ylemmistä kerroksista.

### **6.3 Oma konserni, paras konserni?**

Tässä alaluvussa keskityn analysoimaan syvemmin iltapäivälehtien kirjoittelua Suomen kahden suurimman mediakonsernin pääkanavien, MTV3:n ja Nelosen, ohjelmista. Ilta-Sanomilla on suora konsernisiide Nelosen kanssa, sillä molemmat kuuluvat Sanomaan. MTV3:lla ja Iltalehdellä puolestaan on pitkä yhteinen historia Alma Median kautta, vaikka MTV on nykyään Bonnierin alla.

Kaikista kanavista huomattavasti eniten palstatilaa iltapäivälehdissä saa MTV3. Iltalehti kirjoitti siitä 138 juttua, Iltä-Sanomat 109. Jo tästä voi nopeasti päätellä, että vanha side Iltalehden ja MTV:n välillä on säilynyt konsernimuutoksista huolimatta. Nelosen suhteen asia ei kuitenkaan ole yhtä yksioikoinen. Oman ennako-odotukseni vastaisesti lehdet kirjoittivat Nelosesta suunnilleen yhtä paljon, Iltä-Sanomat 41 ja Iltalehti 39 juttua.

*Kuva 5: MTV3:n ohjelmiin kohdistuva sävy iltapäivälehdissä (prosenttia)*

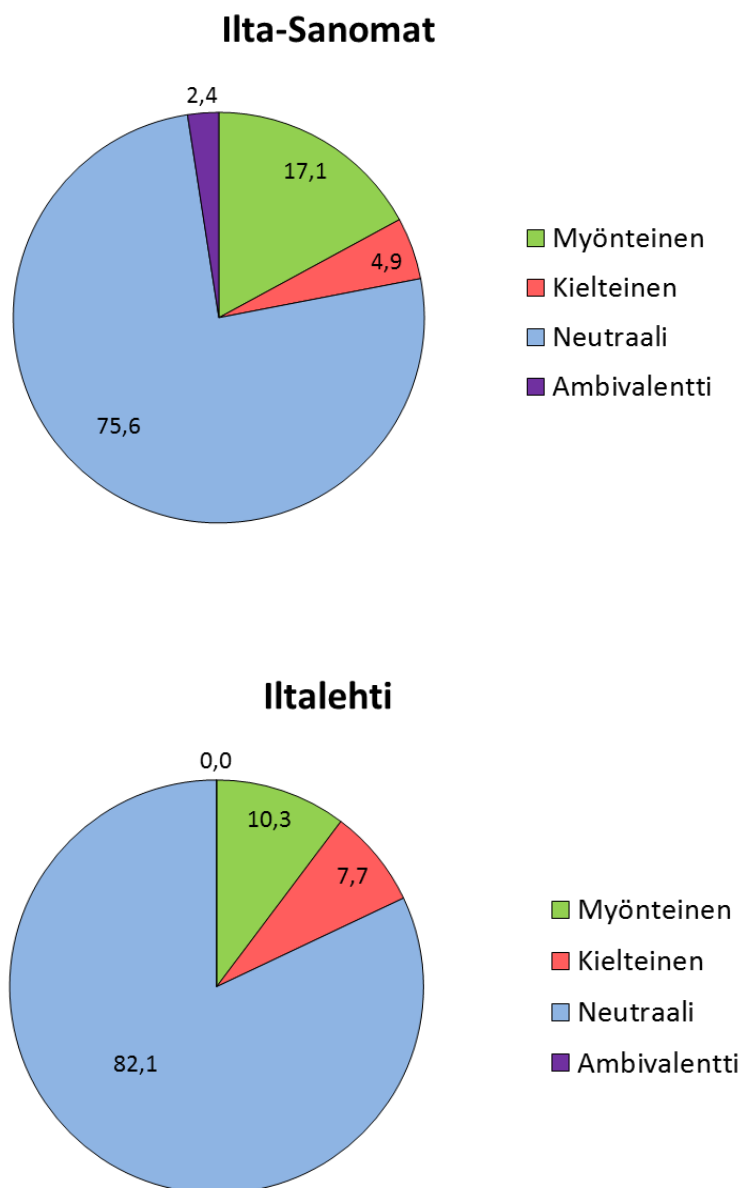


MTV3:een kohdistuvista sävyistä ei puolestaan voi päätellä juurikaan mitään. Iltä-Sanomissa on hieman Iltalehteä enemmän kielteisiä sekä ambivalentteja juttuja,



Iltalehdessä puolestaan hieman enemmän neutraaleja. Erot ovat kuitenkin hyvin minimaalisia.

Kuva 6: Nelosen ohjelmiin kohdistuva sävy iltapäivälehdissä (prosenttia)



Nelosen kohdalla iltapäivälehtien asenne-erot näkyvät selkeämmin. Iltä-Sanomat kirjoittaa Nelosesta huomattavasti myönteisemmin, Iltalehti taas kielteisemmin. Iltä-Sanomien jutuista jopa 17,1 prosenttia on myönteisiä ja vain 4,9 prosenttia kielteisiä, kun taas Iltalehdessä myönteisiä juttuja on 10,3 prosenttia ja kielteisiä 7,7.

Näiden sävyerojen voi ainakin osittain päätellä johtuvan konsernisuhteista. Myönteisiä juttuja on aineistossa kaiken kaikkiaan hyvin vähän - Ilta-Sanomissa kaikista jutuista 11,1 prosenttia ja Iltalehdessä 7,3 prosenttia - joten Ilta-Sanomien myönteinen osuus Nelos-jutuista on tähän verrattuna huomattavan suuri. Tosin myös Iltalehti kirjoittaa Nelosesta keskiarvoa myönteisemmin.

Koska määrällisen tutkimukseni pohjalta ei nouse esiin selkeää konsernisuhteisiin liittyvää ilmiötä, päädyn tarkastelemaan MTV3:n ja Nelosen syksyn 2012 isoja ohjelmatsatsauksia ja vertailemaan iltapäivälehtien uutisointia niistä. Nämä ohjelmat ovat MTV3:n Tanssii tähtien kanssa, josta käynnistyi vuonna 2012 seitsemäs tuotantokausi, sekä Nelosen Vain elämää, jonka ensimmäinen kausi nähtiin vuonna 2012.

Ohjelmat eivät ole keskenään täysin vertailukelpoisia. Tanssii tähtien kanssa on pitkään pyörinyt suora ohjelma, joka on vakiinnuttanut suosionsa, ja Kiviojan (2008: 100) mukaan se onkin keskeinen esimerkki viihdejournalismin muutoksesta, jossa tosi-tv-ohjelman tapahtumista on tullut yleisiä uutisaiheita. Vain elämää puolestaan on ennalta nauhoitettu uusi tulokas tv-ohjelmakentällä. Yhteisiä seikkoja ohjelmille puolestaan ovat julkisuudesta tutut osallistujat sekä iltapäivälehtiä houkutteleva vahva tunnelataus ja elämyksellisyys.

Tutkin samalla myös sitä, miten iltapäivälehdet luovat ohjelmien ympärille elämyksellisyttä ja millä tavoin ne onnistuvat kehittämään kiinnostavia jatkosisältöjä niille lukijoille, jotka seurasivat jo itse ohjelmaa. Yksinkertaistettuna tutkin sitä, mikä tekee suositusta ohjelmasta hyvän ja kannattavan aiheen iltapäivälehdistä.

### *6.3.1 Tanssii tähtien kanssa*

Tanssii tähtien kanssa -ohjelman seitsemännen kauden tanssiparit paljastettiin 28. elokuuta, ja esiteltiin laajasti iltapäivälehdissä 29. elokuuta. Ilta-Sanomien käyttä kilpailijoiden esittelyyn kolme sivua, joilla on kolme pääjuttua: Antonio Floresista kertova ”Puolison luvalla parketille”, Ristomatti Ratian treeneistä kertova ”Viikossa

15 tuntia tanssia” ja netissä järjestetystä äänestyksestä raportoiva ”Ennakkosuosikki!”. Kaikki jutut ovat neutraaleja. Niiden yhteydessä on kainalojuttuja, joissa kaikki kilpailijat esitellään.

Iltalehti pistää vielä vähän paremmaksi ja uutisoi tanssijoista kahden aukeaman verran. Pääjuttuja on vain kaksi, mutta ne olivat hyvin samankaltaisia kuin Ilta-Sanomilla. Kansanedustaja Pekka Haaviston puoliso Antonio Flores on jälleen nostettu ykköseksi otsikolla ”Pekka tukee täysillä”. Juttu on neutraali ja aiheeltaan koti, perhe & ihmissuhteet. Toinen pääjuttu on Ilta-Sanomien tapaan Risto Kaskilahdesta kertova juttu ”Hän on lukijoiden suosikki!”. Se on niin ikään neutraali viihde & kulttuuri -juttu. Myös jokainen muu ohjelmaan osallistuva tähti Floresin ja Kaskilahden ohella esitellään pitkäköissä kainalojutuissa, joiden kärkeen on haettu uutismaista otsikkoa. Jutuissa käsitellään niin sanottuja Tanssii tähtien kanssa -ohjelman vakioaiheita, eli loukkaantumisia, paljastavia tanssivaatteita, jännittämistä ja pelkoja sekä puolison tai perheen tuen tärkeyttä.

Ensimmäisen suoran lähetyksen jälkeisenä päivänä 24. syyskuuta Tanssii tähtien kanssa saa iltapäivälehdissä laajasti tilaa. Iltalehdessä pääjutun ”Kaksintaistelu!” yhteydessä julkaistaan peräti kuusi kainalojuttua, ja lisäksi jokaviikkoinen Tähtiä vai tunareita -palsta, jossa Jethro Rostedt arvioi tanssit. Kärkeen on selkeästi nostettu Antonio Floresin ja Krisse Salmisen kaksintaistelu ja ennakkosuosikin asema, sekä toisaalta tanssien seksikkyys ja muut ulkonäölliset seikat, kuten kolmen ensimmäisen kainalojutun otsikotkin kertovat: ”Mitkä sääret, Krisse!”, ”Huh, mitä kaula-aukkoja!” ja ”Superseksikäs cha-cha”. Nämä jutut on tehty pääasiassa television perusteella, kun taas loput kolme kainalojuttua pureutuvat ohjelman ja kilpailijoiden taustoihin, sekä taustajoukkoihin. Ristomatti Ratian selkä on venähtänyt, Jippu on saanut mieheltään tsemppipusun ja Antonio Flores kertoo kotona saamastaan hemmottelusta.

Ilta-Sanomissa ensimmäinen livelähetyks on saanut Iltalehteä vähemmän palstatilaa. Pääjuttuna on julkaistu ”Yksi heistä voittaa” -koostejuttu, jossa ennakkosuosikeiksi on nostettu Antonio Flores, Krisse Salminen ja Risto Kaskilahti. Neutraalin jutun sitaateissa kilpailijat kommentoivat kotoa tulevaa tukea sekä laihtumistaan. Aukeaman tilaan mahtuu lisäksi kaksi kainalojuttua: ”Pekka Haavisto: En jää

vakiokasvoksi” ja ”Rohkea vilautus!”. Ensimmäisessä on haastateltu yleisössä istunutta Pekka Haavistoa ja tämän äitiä, ja se on siis niin sanottu kulissijuttu. Jälkimmäisessä taas kerrataan ohjelmassa sattunutta kohtausta, jossa juontaja Ella Kanninen nosti portaissa anteliaasti mekkonsa helmaa. Näiden lisäksi mukana on Iltä-Sanomien vakiopalsta Rosan raati, jossa Rosa Meriläinen arvioi tanssit. Kaiken kaikkiaan aiheet ovat hyvin samanlaisia kuin Iltalehdessä.

Noin puolivälissä kautta 15. lokakuuta kuumin puheenaihe on Ristomatti Ratian pysyminen tuomareiden lyttäväksestä huolimatta yhä mukana kilpailussa. Iltalehden ”Yleisö pelasti - taas” -jutussa mennään myös kulissien taakse haastatteleamalla tuomareita lähetyksen jälkeen. ”Lopputuloksella oli minusta harmittava. Meillä olisi täällä ollut parempikin kandidaatti tähän pudotukseen, tanssituomariston puheenjohtaja Jukka Haapalainen sanoi Iltalehdelle lähetyksen päättyttyä”, jutussa kirjoitetaan. Sen yhteydessä on julkaistu kolme kainalojuttua, joista yksi, ”Rajua kritiikkiä”, perustuu ohjelmaan ja siinä Risto Kaskilahdelle ja Susa Matsonille annettuihin tuomariarvosteluihin, ja kaksi muuta, ”Amin putosi - vaimo lohdutti” ja ”Rohkeaa Krissel!”, ohjelmaan ja sen jälkeen tehtyihin haastatteluihin. Juttujen aiheet siis seuraavat tuttua linjaa: draamaa kilpailussa, ulkonäköä ja seksikkyyttä, sekä perheen tukea.

Iltä-Sanomien on hyvin samoilla linjoilla aiheidensa kanssa, jopa hieman Iltalehteä tiukemmin. ”Tämäkö viihdettä?” -pääjutussa tuomarit kritisoivat Ristomatti Ratian pysymistä kisassa ja ohjelman katsojia huomattavasti suorasanaisemmin kuin Iltalehdessä. ”Olemme vuodesta toiseen yrittäneet opettaa katsojille, mitä tansseissa pitäisi katsoa. He eivät näköjään ole oppineet”, Helena Ahti-Hallberg tylyttää. Kritiikki edustamaansa ohjelmaa ja sen katsojia kohtaan on sen verran kovaa, että olen luokitellut jutun ambivalentiksi. Ohjelman omat tähdet esittävät siitä negatiivisia mielipiteitä.

Jutun yhteydessä on Rosan raadin lisäksi kolme neutraalia kainalojuttua ja myönteinen kommentti. ”Ristomatti: En vie kenenkään paikkaa” -jutussa Ratia puolustautuu tuomareiden kommenteilta. ”Amin toivoi jatkopaikkaa, vaimo ei” -jutussa on haastateltu pudonnutta Amin Asikaista ja tämän vaimoa ohjelman jälkeen kulisseissa. ”MTV3: Antoniolla tapaturma” -jutussa taas lainataan MTV3:n uutista

Floresille lähetyksessä sattuneesta venähdyksestä. Toimittajan kommentissa ”Antioniosta tuli Mikki Hiiri” lähinnä hehkutetaan Floresin ja Kaskilahden hauskoja esiintymisasuja. ”Tällaisia yllätyksiä odotan näkeväni joka viikko, kun näen tanssiparit rivissä tanssistudiolla alkutunnuksen pärähtäessä soimaan.”

Finaalin alla perjantaina 30. marraskuuta Iltalehdessä on julkaistu isot jutut finalisteista, Krisse Salmisesta ja Antonio Floresista. Jutuissa ”Erikoinen tie tähtiin” ja ”Latino suomalaistui pikku hiljaa” käydään aikajanatyylillä läpi molempien elämää ja uraa ennen Tanssii tähtien kanssa -kilpailua. Juttua varten on pengottu paljon arkistoja, sillä molemmista kilpailijoista on tarjolla monille varmasti tuntematonta tietoa. Antonion matkan Suomeen kerrotaan alkaneen bogotalaisesta ravintolasta, missä hän ”rakastuu ensisilmäyksellä 20 vuotta vanhempaan mieheen”. Krissen taas kerrotaan toimineen ennen koomikon uraansa ”baarimikkona ja esitanssijana Kreikassa”.

Ilta-Sanomissa ennakkojutuksi on riittänyt Sirpa Selänteen haastattelusta tehty juttu ”Sirpa fanittaa Krisseä”. Siinä Kaliforniassa asuva Sirpa kertoo seuraavansa Suomen Tanssii tähtien kanssa -ohjelmaa internetin kautta. ”Tänä vuonna suosikkini on Krisse Salminen. Tunnen häntä ihan vähän, sillä Teemu oli hänen ohjelmassaan vieraana vuosia sitten. Kannustan häntä kisassa Facebookin kautta”, Sirpa kertoo. Tanssii tähtien kanssa vaikuttaa olevan ainoa syy, miksi haastattelu on tehty, sillä mistään muusta kuin siitä ja perheen tyttären tanssiharrastuksesta ei puhuta.

### 6.3.2 *Vain elämää*

Molemmat iltapäivälehdet uutisoivat 15. elokuuta uudesta musiikkiviihdeohjelmasta nimeltä *Vain elämää*. Ensimmäisissä jaksoissa esitellään ohjelma ja sen osallistujat, sekä avataan ensimmäistä jaksoa, jonka päätähtenä on Jari Sillanpää. Ilta-Sanomien on kuitenkin nostanut pääjutuksi aukeaman kokonaisuutensa Katri Helenan haastattelun otsikolla ”17 tunnin kuvauspäiviä”. Jutussa laulaja kertoo kuvausten rankkuudesta, mutta toisaalta hehkuttaa kokemusta. Tämä tekee jutusta ambivalentin, sillä haastateltava ei puhu ohjelmasta ainoastaan positiiviseen sävyyn. ”Jos olisin etukäteen tiennyt, miten rankat kuvaukset olivat, olisin miettinyt mukaan lähtemistä huomattavasti kauemmin”, Katri Helena sanoo jutussa. Pääjutun yhteydessä on

esitely muut kuusi osallistujaa. Sillanpään esittelyssä sivutaan myös ensimmäistä jaksoa ja sen sisältöä. ”Ensimmäisessä jaksossa Sillanpää puhuu myös hyvin avoimesti lapsuudestaan ja urastaan. Ohjelmassa laulaja paljastuu hurjapääksi, joka on nuoruudessaan liftannut Amsterdamiin.”

Iltalehden juttukokonaisuus on yksisivuinen ja niin ikään ambivalentti pääjuttu on otsikoitu ennakkoon näytetyn ensimmäisen jakson mukaisesti ”Jari itki avoimesti”. Jutussa kerrotaan hyvin tunteellisesti Sillanpään liikuttumisesta kuvauksissa, minkä lisäksi hänkin valittaa pitkistä ja rankoista kuvauksista. ”En uskonut, että suhtaudun toisten minulle esittämiin kappaleisiin niin henkilökohtaisesti. Se oli tosi yllättävää, että tunsin niin syvästi. Tuntui liikuttavalta kun kovat tähdet tulkitsivat omia kappaleitani minulle niin lähietäisyydeltä”, Sillanpää sanoo. Kainalojuttuna on Katri Helenan haastattelu, missä hän puhuu samoista asioista kuin Ilta-Sanomissakin. ”Olen tehnyt tätä työtä kohta 50 vuotta, mutta tämä oli varmaankin rankin yksittäinen skarppaus mitä olen koskaan tehnyt”, hän kertoo.

Ohjelman alkamispäivänä 5. lokakuuta Ilta-Sanomien uutisoi siitä näytävästi avausaukeamallaan. ”Yöunet jäivät vähiin” -juttu on sävyiltään myönteinen, ja siinä käydään läpi ensimmäistä Jari Sillanpään jaksoa. Lisäksi Sillanpää on haastateltu. Sillanpää mainitsee jälleen rankat kuvauspäivät, mutta lisää, että ne eivät haitanneet. Pääasiassa koko juttu on ohjelman hehkutusta, ja se onkin aiheeltaan elämyksiä ja suuria tunteita. ”Uskon, että liikutukseni lähti siitä, kun meidän artistien keskinäinen yhteys oli kiinteä ja lämmin heti alusta lähtien. Minulla oli hyvä ja rauhallinen olla”, Sillanpää selittää. Kainalojuttuina aukeamalla ovat informatiivinen ”Tällainen on Vain elämää” sekä ohjelman artistit esittelevät jutut ”Näin muut kuvailevat Jaria” ja ”Näin Jari luonnehtii Vain elämää -tähtiä”.

Myös Iltalehti avaa uudelleen ensimmäistä jaksoa 4. lokakuuta ilmestyneessä lehdessä, tosin ohjelma on jälleen saanut huomattavasti vähemmän palstatilaa kuin Ilta-Sanomissa. Haastattelua ei ole, vaan ”Roolit uusiksi” -juttu on tehty vain jakson pohjalta, kuten Iltalehden edellinenkin juttu. ”Jaksossa Jari valottaa katsojille myös nuoruuttaan. Pienenä hän oli ujo ja koulukiusattu poika, joka rakasti laulamista ja piirtämistä. Halusin hirveästi laulaa ja esiintyä, mutta en uskaltanut. Pelkäsin, että tulen torjutuksi”, sävyiltään neutraalissa jutussa kirjoitetaan. Jutussa kerrotaan myös

Sillanpään järjestämästä ohjelmanumerosta, jossa laulajat pukeutuivat roolivaatteisiin.

Viimeisestä, Katri Helenan jaksosta *Iltä-Sanomat* uutisoi 13. marraskuuta. ”Katri on sitkeä ihminen” -jutun sävy on neutraali ja aihe koti, perhe & ihmissuhteet, sillä Jonne Aaron ja Katri Helena kertovat siinä läheisestä suhteestaan. Juttu perustuu jaksoon, sekä Aaronin haastatteluun. Siinä kerrotaan, että Katri Helena puhkesi kyyneliin kuullessaan Aaronin tulkinnan kappaleestaan *Lintu ja lapsi*. Se sai hänet muistelevaan kuollutta Juha-poikaansa. ”Kun poika lähti taivaaseen, tuli hirveä väsymys, joka ei johtunut työstä, vaan surusta. Työ auttaa eteenpäin, mutta suru täytyy surra”, Katri Helena sanoo ohjelmassa jutun mukaan. Jonne Aaronin esityksen jälkeen Katri Helena myös ”halaa Jonnea lämpimästi” ja sanoo: ”Sä olet ihana poika”.

Iltalehden päivää myöhemmin julkaistun Katri Helena -jutun otsikko on astetta dramaattisempi. ”Pojan muisto mursi kyyneliin” -jutussa painotetaan eniten nimenomaan Katri Helenan kuolleeseen poikaan ja tämän muisteluun. Jutussa on hyvin surullinen sävy, ja sen aihe on niin ikään koti, perhe & ihmissuhteet. ”Vasta silloin, kun poikani lähti myös taivaaseen, ajoin itseni piippuun ja tuli kauhea väsymys. Se ei johtunut varsinaisesti työnteosta, vaan tuskasta ja surusta, mikä oli sisällä”, Katri Helena on jutun mukaan sanonut ohjelmassa. Juttuun on yhdistetty myös Katri Helenan aikaisempia haastatteluja, joissa hän on puhunut poikansa kuolemasta. ”Katri Helena on aiemmin kertonut Fredin vieraana -ohjelmassa SuomiTV:llä, että Juha oli sanonut hänelle, että ei usko elävänsä kauan. Pojalla oli myös sairauksia.” Jutussa on myös kainalojuttu ”Ilmakiväärillä kohti helikopteria”, jossa kerrotaan Katri Helenan yksityisyydestä. ”Kerran helikopteri kurvasi niin lähelle Katrin kotia, että savupiippu melkein lähti paikoiltaan. Laulaja ei epäröinyt ottaa esiin vanhaa, rikkiäistä ilmakivääriä, joka hänellä oli tallessa.”

### 6.3.3. Yhteenveto

Herkman huomasi Ally McBeal -uutisointia tutkiessaan, että sitä esittäneen MTV3:n kanssa samaan konserniin kuulunut Iltalehti kirjoitti ohjelmasta vuonna sekä määrällisesti että laadullisesti runsaammin kuin *Iltä-Sanomat*. Se loi ennako-

odotuksia ja suhtautui sarjaan vakavammin, kun taas Ilta-Sanomien ote oli usein kriittinen tai ironinen. (Herkman 2005: 281.) Niin ikään Kiviojan tutkimuksessa Tanssii tähtien kanssa -uutisoinnista vuonna 2006 Iltalehti panosti ohjelmaan lähes kaksi kertaa Ilta-Sanomia laajemmin (Kivioja 2008: 100). Myös omassa tutkimuksessani Iltalehden ylivalta Tanssii tähtien kanssa -ohjelmasta näkyy, vaikei yhtä selvästi kuin Kiviojalla. Iltalehdessä ohjelmalle on annettu viikoittain enemmän palstatilaa, mutta myös Ilta-Sanomat uutisoi siitä laajasti. Samoin taas Ilta-Sanomat antaa Vain elämälle enemmän tilaa ja uutisoi siitä monipuolisemmin.

Tanssii tähtien kanssa -ohjelmasta tehdyt jutut ovat lähes aina neutraaleja tai myönteisiä, eikä niissä oikeastaan kritisoida ohjelmaa. Ainoana pienenä poikkeuksena omassa aineistossani ovat molempien lehtien jutut siitä, kuinka tuomarit toivoivat Ristomatti Ratian putoamista kisasta, ja kritisoivat äänestäjien käyttäytymistä. Näissäkin jutuissa kuitenkin itse ohjelmaan suhtaudutaan maltillisesti, vika on enemmän katsojissa. Saman huomasi myös Kivioja (2008: 105) tutkiessaan Tanssii tähtien kanssa -uutisointia Suomen, Ruotsin ja Norjan iltapäivälehdissä. Etenkin Suomessa ohjelmaan suhtauduttiin hänen mukaansa jopa ylistävästi.

Myöskään Vain elämää -jutut eivät varsinaisesti ole asenteellisia, mutta niissä näkyy selvää draamaa, joka on poimittu ohjelmassa esiin tulleista teemoista, kuten rankoista kokemuksista ja ystävyysuhteista.

Vaikka Vain elämää oli syksyllä 2012 Nelosen katsotuim ohjelma ja yksi television isoista ohjelmauutuuksista, ei iltapäivälehtien uutisointia siitä ja Tanssii tähtien kanssa -ohjelmasta voi kunnolla laajuudessaan verrata toisiinsa. Tanssiohjelman ylivalta näkyy pitkänä kokemuksena ja elinikänä. Katsojat ovat oppineet elämään ohjelman mukana ja tietävät, mitä saavat. Tällöin myös iltapäivälehtien on turvallisempaa uutisoida ohjelmasta näyttävästi, kun fanikunta on jo valmiina. Näin ei vielä vuonna 2012 ollut Vain elämään kanssa.

Yksi hyvin todennäköinen syy MTV3:n ylivaltaan ovat yksinkertaisesti sen ohjelmat. Esimerkiksi suorien show-tyylisten ohjelmien suhteen kanavalla on selkeä ylivalta. Vuonna 2012 MTV3:lla oli kolme yli miljoonan keskikatsojamäärän ylittävää tv-



sarjaa<sup>4</sup>, joista kaksi – Putous ja Tanssii tähtien kanssa – olivat liveohjelmia. Nelosen katsotuin Vain elämää jäi 911 000 katsojaan. Niin ikään Nelosen osittain suorat kykykilpailut Voice of Finland (815 000 katsojaa) ja Talent Suomi (596 000 katsojaa) jäivät selvästi MTV3:n viidenneksi katsotuimman ohjelman Idolsin (997 000 katsojaa) jälkeen. (Finnpanel 2012 b.)

Suorissa ohjelmissa, joissa mitä tahansa voi tapahtua joka viikko, on iltapäivälehdille paljon enemmän tarttumapintaa kuin ennalta nauhoitetuissa. Katsojien tapaan lehdet pääsevät elämään ohjelman mukana, raportoimaan paikan päältä ja kurkistamaan kulisseihin. Toisin sanoen katsojille on tarjota paljon muutakin kuin pelkkä kuvaus siitä, mitä ohjelmassa tapahtui. Tämä näkyy myös siinä, että Tanssii tähtien kanssa - uutisoinnissa käytetään ohjelman tapahtumien lisäksi usein aineistona kilpailijoiden haastatteluja ja muita kulisseissa tehtyjä juttuja. Myös kilpailijoiden läheiset pääsevät ääneen, ja näin lehdet voivat tarjota katsojille uutta, mielenkiintoista lisätietoa ohjelmasta. Vain elämästä sen sijaan kirjoitetaan pääasiassa ohjelman tapahtumien perusteella, jolloin katsojat eivät juurikaan saa siitä lisäinfoa.

Lehtien uutisointiin televisio-ohjelmista vaikuttavat myös konsernisuhteet kanavien kanssa, sekä yleisön odotukset ja asenteet (Uimonen & Ikävalko 1996: 214–215). Esimerkiksi Tanssii tähtien kanssa -kilpailusta kertovien uutisten kohdalla olennaista ei oikeastaan ole se, onko ohjelmassa tapahtunut jotain jännittävää, vaan se, että yleisö odottaa saavansa lukea tasaisin väliajoin juttuja lempiohjelmansa tähdistä. Ohjelmasta uutisoitaisiin, vaikka siinä ei tapahtuisi mitään, sillä katsojat ovat monien menneiden tuotantokausien myötä oppineet, että joka maanantai uuden jakson jälkeen iltapäivälehdistä löytyy kattavat paketit ohjelmasta.

Kaikkea konsernisuhteet eivät kuitenkaan määrää, sillä iltapäivälehdet ajattelevat myös puhtaasti omaa kaupallista etuaan. Totuttujakin toimintasääntöjä voi hyvin venyttää tai muuttaa esimerkiksi juttujen kiinnostavuuden lisäämiseksi. Vaikka kiinnostavuus ei kuulukaan journalismin virallisten toimintasääntöjen joukkoon, pidetään sitä usein vähintään yhtä määräävänä kriteerinä ja pyrkimyksenä toimitusten arjessa kuin ajankohtaisuutta, asiapitoisuutta ja tärkeyttä. (Heikkilä ym. 2012: 23–

---

<sup>4</sup> Kaikkiaan yli miljoonan keskimääräisen katsojan ohjelmia oli viisi, mutta kaksi niistä oli kertaluontoisia: Miss Suomi 2012 -kilpailu ja jääkiekon MM-kisojen Suomi-Slovakia-ottelu.

24.) Herkmanin mukaan lehdet unohtavat konsernikytkökset ja muut säännöt siinä tapauksessa, kun ne uskovat julkaisun hyödyttävän omaa myyntiään. On selvää, että suositun ohjelman kohumateriaalia on iltapäivälehtien kannalta järkevää nostaa esiin, oli kyse sitten oman tai kilpailevan yhtiön kanavasta. (Herkman 2005: 283.)

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kuten olen aiemmin maininnut, ei tutkimukseni ole laajuudessaan ja monipuolisuudessaan täysin vertailukelpoinen esimerkiksi Herkmanin väitöskirjan kanssa. En myöskään ole voinut tulosteni valossa vastata kaikkiin tutkimuksen edetessä mieleen nousseisiin kysymyksiin. Tutkimus nostaakin esiin aiheita jatkotutkimukselle.

Yksi mielenkiintoinen uusi tapa lähestyä aihetta olisi haastattelututkimus, jossa iltapäivälehdistön sekä tv-kanavien tai tuotantoyhtiöiden edustajat pääsisivät pohtimaan television ja iltapäivälehtien välistä suhdetta. Pidemmällä aineistotutkimuksella taas voisi selvittää tv-ohjelmajournalismin kehitystä ja sen painopisteen muutosta kotimaisiin sisältöihin ja tosi-television. Iltapäivälehtien nettiuutisointia tutkimalla taas voisi lähestyä yhtä tämän ajan ilmiötä, tv-ohjelmien tapahtumien reaaliaikaista uutisointia. Tällaista uutisointia käytetään paljon esimerkiksi talk show-tyylisten ohjelmien kohdalla. Jos ohjelman vieras sanoo jotain erityistä tai paljastaa uutisen, siitä kirjoitetaan välittömästi, ohjelman vielä ollessa käynnissä. Yksi uuden ajan mielenkiintoisista ilmiöistä on lisäksi social tv:ksi kutsuttu tapa katsoa televisiota. Siinä television ohessa käytössä on muita laitteita, kuten tabletti tai älypuhelin, jonka avulla ohjelmaa kommentoidaan reaaliajassa sosiaalisessa mediassa, joka on aktiivisesti mukana televisio-ohjelmassa.

Koen kuitenkin, että olen omalla tutkimuksellani onnistunut vastaamaan johdannossa asettamiini tutkimuskysymyksiin. Olen tutkinut iltapäivälehtien tapaa uutisoida televisio-ohjelmista, selvittänyt niiden eroja ja yhtäläisyyksiä sekä konsernikytkösten vaikutuksia ja vertaillut tuloksiani aikaisempiin tutkimuksiin. Olen myös tarkastellut lehtien ja televisio-ohjelmien suhdetta ja vuorovaikutusta, ja niiden tapaa luoda ja ylläpitää puheenaiheita. Tässä luvussa kokoan yhteen vastauksia kysymyksiini, ja yritän myös viedä niitä eteenpäin.

## 7.1 Avoliiton kolmas kultakausi

Iltapäivälehtien ja television välinen side, tai ”avoliitto”, kuten Herkman (2005) sitä kutsuu, ei ole hajonnut kymmenessä vuodessa. Siitä kertoo jo aineistojaksoni televisioon liittyvien juttujen määrä ja se kiinnostus, joka televisio-ohjelmiin iltapäivälehdissä kohdistuu. Jonkin verran liitto on kuitenkin muuttunut, ja muuttuu koko ajan.

Herkmanin mukaan iltapäivälehtien televisiouutisoinnissa nähtiin 1990-luvulla ”toinen invaasio”. Ensimmäinen oli nähty 1960–1970-luvuilla, ja se johtui television yleistymisestä ja Yleisradion kanavatoiminnan laajentumisesta. Jälkimmäiseen puolestaan liittyi toisen kaupallisen kanavan Nelosen perustamiseen, ja sen ja MTV3:n vuorovaikutukseen ja konsernisuhteisiin iltapäivälehtien kanssa. (Herkman 2005: 254.) Oman tutkimukseni aikakautta voisi kutsua eräänlaiseksi tosi-tv-ohjelmien ja kykykilpailujen valtakaudeksi iltapäivälehtien sivuilla. Reality-ohjelmat joko tuottavat uusia tähtiä (esim. Idols, Big Brother) tai tekevät jo tunnetuista henkilöistä tutumpia kansan edessä (esim. Vain elämää, Tanssii tähtien kanssa), ja iltapäivälehdet tuottavat tv-julkisuutta hyvin paljon nimenomaan julkisuuden henkilöiden kautta (kts. Herkman 2005: 255).

Tv-tarjonnan kirjon kasvaessa myös lehdissä esiintyvien ohjelmien määrä kasvaa. Silti iltapäivälehdissä nousi isoiksi aiheiksi loppujen lopuksi vain pieni joukko ohjelmia. Hyvin usein aiheeksi riittääkin pelkästään ohjelman suuri suosio, ja jos suosikkiohjelmassa tai sen esiintyjän elämässä vielä tapahtuu jotain erikoista ja yllättävää, on iltapäivälehdillä todellinen herkkupala käsissään.

Etenkin Nelosen osuus iltapäivälehtien sivuilla on kasvanut selvästi kymmenessä vuodessa Herkmanin tutkimuksen jälkeen. Tämän voi nähdä johtuvan osaksi MTV3:n ja Iltalehden teiden erkaantumisesta vuonna 2005, mutta merkittävämpi syy lienee sillä, että Nelonen on vuosien aikana vahvistanut asemaansa televisiokentällä ja kasvanut MTV3:n varteenotettavaksi kaupalliseksi kilpailijaksi. Konvergenssin vaikutuksia on muutenkin oman tutkimukseni valossa lopulta hieman hankala tutkia, sillä MTV3 osoittautui niin ylivoimaiseksi molempien iltapäivälehtien tekemässä tv-ohjelmajournalismissa, ettei sille ollut kunnon vertailukelpoista paria.

Yksi muutos Herkmanin tutkimukseen verrattuna on kotimaisten tv-ohjelmien ja niiden tähtien lisääntyminen iltapäivälehtien aiheina. Olisi vaikea kuvitella esimerkiksi Ally McBeal -sarjan vuonna 1999 saaman iltapäivälehtijulkisuuden laajuutta jonkin tämän hetken ulkomaalaisen hittisarjan kohdalle. Iltapäivälehdet elävät suomalaisista ohjelmista ja suomalaisista näyttelijöistä, eivätkä edes kymmeniä vuosia pyörineet, kulttimaineen saavuttaneet ulkomaalaiset sarjat, kuten Kauniit ja rohkeat, saa palstatilaa kuin hyvin poikkeuksellisissa tapauksissa.

## 7.2 Kaksi lehteä - yksi agenda

Agenda setting -teorian mukaan eri mediatuotteet edustavat usein hyvin samankaltaisia agendoja, eli aihejoukkoja. Tämä johtuu osittain siitä, että asettaessaan agendoja ne peilaavat hyvin paljon toisiinsa ja kopioivat toistensa aiheita. (McCombs 2005: 548–549.) Tämä näkyi myös omassa tutkimuksessani isojen televisio-ohjelmien kohdalla. Vaikka pieniä sävyeroja saattaa löytyä, hoitavat iltapäivälehdet esimerkiksi Tanssii tähtien kanssa -ohjelman uutisoinnin hyvin samanlaisella kaavalla aihevalintoja, draaman kaarta ja vakiopalstoja myöten. Myös asenteellisempien aiheiden kohdalla, esimerkiksi Musta Mannerheim -uutisoinnissa, ääneen pääsevät molemmissa lehdissä usein samat tai ainakin samoilla mielipiteillä varustetut ihmiset ja kolumneissa vilahtelevat samat pointit.

Tutkimukseni perusteella näyttää siltä, että iltapäivälehdet eivät juurikaan itse luo kokonaan uusia näkökantoja. Sitäkin enemmän ne kuitenkin ennakoivat ja ylläpitävät ihmisten vallitsevia mielipiteitä, ja sitä kautta saavat synnytettyä mahdollisimman laajaa ihmisjoukkoa koskettavaa ja kiinnostavaa keskustelua. Iltapäivälehdet tuntevat lukijansa, ja tietävät, mitä nämä haluavat mistäkin aiheesta lukea ja miten he eri aiheisiin asennoituvat. Tämä mielessä ne valitsevat haastateltavat ja näkökulmat juttuihinsa. Esimerkiksi Musta Mannerheim -tapauksessa ei ole sattumaa, että molemmat lehdet valitsivat haastateltaviksi sotaveteraaneja ja sotaveteraaniliiton edustajia. Lopetettavan Kotikatu-ohjelman näyttelijöiden haastatteluissa taas näkökulmaksi on ennakkoon asetettu ahdinko ja huoli tulevasta ja omasta pärjäämisestä.

Vaikka oletukseen journalismin objektiivisuudesta kuulu se, että kaikki aiheeseen liittyvät osapuolet pääsevät tasapuolisesti ääneen, todellisuudessa eri lähteiden painoarvot vaihtelevat huomattavasti. Se taas vaikuttaa siihen, kenen agenda media edistää. (Uimonen & Ikävalko 1996: 224.) Käsitellessään aihetta, jonka tiedetään herättävän vahvoja mielipiteitä ja keskustelua, iltapäivälehdet valitsevat jo juttua suunnitellessaan sille näkökulman ja muotin, jonka sisään haastateltavien lausuntojen on mahdollista. Tämä tapahtuu yleensä aihetta yksinkertaistaen ja kiinnostavimmiksi uskottuja seikkoja korostaen, mikä tekee iltapäivälehdistä helposti populistisia. Populismi on usein helppo tapa tehdä journalismia, sillä se kärjistää, yksinkertaistaa ja tekee asioita mustavalkoisiksi (Korhonen 2013: 65).

Tällaiset aiheet voivat toki nousta muualtakin kuin televisio-ohjelmista, mutta televisiosta tekee tärkeän iltapäivälehdistä se, että se on koko kansaa yhdistävä väline. Television ja iltapäivälehtien yhteistyö varmistaa sen, että käsiteltävä aihe tavoittaa mahdollisimman laajan yleisön. Iltapäivälehtien ja television nostamat keskusteluaiheet syntyvät käytännössä kahta reittiä; joko niin, että televisio nostaa aiheen, jota iltapäivälehdet jatkavat ja paisuttavat, tai niin, että televisio tai jokin ohjelma itsessään on aiheena iltapäivälehdistä. Ensimmäisestä esimerkkinä toimii Musta Mannerheim -kohu, jossa Yle hyvin vahvasti itse vaikutti siihen, että aihe nousi niin näkyväksi iltapäivälehdistä. Jälkimmäisen kaavan mukaan taas ovat menneet esimerkiksi Uutisvuodossa tapahtuneesta virheestä uutisoiminen, tai Uuden päivän huonojen katsojalukujen selvittäminen.

Hyvin usein suosituista televisio-ohjelmista tehtyjä juttuja on vaikea perustella muulla kuin kiinnostavuudella. Vaikka Tanssii tähtien kanssa -lähetyksessä ei jonain viikkona tapahtuisi mitään uutisoimisen arvoista, tehdään ohjelmasta silti vähintään aukeaman verran juttuja molempiin iltapäivälehtiin. Kuutin (2006: 101) mukaan kiinnostavuus korostuu erityisesti niin sanottujen pehmeiden uutisten, kuten julkisuuden henkilöiden elämää ja erilaisia human interest -aiheita käsittelevien juttujen, kohdalla, sillä niiden tärkeyttä on välillä vaikea perustella muuten kuin ihmisten mielenkiinnon näkökulmasta. Kovia aiheita, kuten politiikkaa ja taloutta, taas pidetään usein automaattisesti tärkeinä. (Heikkilä ym. 2012: 29–30.)

### 7.3 Kumpi määrää kaapin paikan?

Välillä avoliitossa - kuten kaikissa suhteissa - on myös ryppejä. Televisioyhtiöille ja ohjelmien tuotantoyhtiöille ihanteellista olisi, jos ohjelmista ja niiden esiintyjistä uutisoitaisiin ainoastaan hyvässä valossa, ja vain silloin kun se on ohjelmalle tarpeellista ja kannattavaa julkisuutta. Median on kuitenkin toimittava myös hankalissa ja epäedullisissa tilanteissa. Koska julkisuuden henkilö luo ja muokkaa aina julkista kuvaa itsestään sekä taustallaan olevasta yhteisöstä esiintyessään mediassa, jokainen lausunto voi heikentää, parantaa tai ylläpitää kyseisestä henkilöstä tai yhteisöstä yleisesti vallalla olevaa mielikuvaa, eli imagoa. Medialla on myös usein tapana toistaa tiedossa olevaa mielikuvaa kunkin henkilön (tai tässä tapauksessa esimerkiksi televisio-ohjelman) kohdalla. Huonona pidetyn esiintyjän tai negatiiviseksi leimatun sanoman välittäjän odotetaan vaistomaisesti jatkavan samaan tapaan jatkossakin. Viisaana ja hyvänä esiintyjänä pidetyn henkilön puolestaan odotetaan onnistuvan joka kerta. (Uimonen ja Itävalko 1996: 18–19.)

Kumpi avoliiton osapuoli - iltapäivälehti vai televisio - sitten määrää kaapin paikan? Keskustelun synnyttäjänä ja ylläpitäjänä televisio varmasti pärjäisi ainakin useissa tapauksista yksinkin. Esimerkiksi tätä kirjoittaessa Nelosella pyörii kanavan oma mainos, jonka mainoslause on ”Katso mistä puhut”. Iltapäivälehdet kuitenkin auttavat tv-ohjelmia pysymään ihmisten mielissä kertaamalla niiden aiheita vielä seuraavana päivänäkin. Edellisen illan sarja saattaa muistua mieleen uudestaan, kun siitä näkee jutun työpaikan kahvipöydälle jätetyssä iltapäivälehdessä. Joissakin tapauksissa, kuten omassa tutkimuksessani Suomen Marsalkka -elokuvan kohdalla, jotain olennaista voisi jopa jäädä katsojilta tietämättä, jos he joutuisivat olemaan pelkän television varassa.

Televisio on siinä mielessä erityisasemassa viestintävälineenä, että se on usein puheenaiheena muissa välineissä, mutta muut välineet, kuten tässä tapauksessa iltapäivälehdet, eivät juurikaan pääse esille televisiossa (Herkman 2005: 281). Samaan aikaan kuitenkin televisio- ja tuotantoyhtiöt järjestävät ohjelmien esitysaikataulut ja oheismarkkinoinnin niin, että ne löytävät mahdollisimman hyvin tiensä iltapäivälehtien sivuille. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että iltapäivälehdet

eivät voisi hyötyä televisiosta. Herkmanin mukaan television ja iltapäivälehtien avoliittoon kuuluukin myös ”vuoroin vieraisissa” käyminen. (Herkman 2005: 238.)

Iltapäivälehdillä on halutessaan myös suuri valta heikentää televisio-ohjelman mainetta ja suosiota - tai jopa tuhota se. Täysin kokonaan sanonta ”kaikki julkisuus on hyvää julkisuutta” ei siis tässä liitossa päde. Kun vaalien alla pidetystä television vaalitentistä julkaistaan iltapäivälehdessä kolumni, jossa keskustan puheenjohtajaa käsketään ryhdistäytymään, ja hänen esiintymisensä arvioidaan jopa huonontaneen puolueen tilannetta entisestään (Ilta-Sanomat 21. syyskuuta 2012), ei esiintyminen varmasti ole hänen mielestään mennyt, niin kuin piti. Tai kun Nelosen uutisankkurin pahoinpitelyepäily nousee seurattavaksi uutiseksi (Ilta-Sanomat 21. syyskuuta 2012), joutuu Ilta-Sanomat pohtimaan suhdettaan samaa konsernia olevaan tv-yhtiöön.

Tämä kiinnittää huomion toimittajien ja muiden iltapäivälehtien tekijöiden vastuuseen. Kuten olen aiemmin todennut, ihmiset omaksuvat helposti mediassa esillä olevat isot aiheet tärkeimmiksi aiheiksi myös omassa elämässään. Toimittajan on siis noudatettava äärimmäistä tarkkaavaisuutta suhteessaan lähteisiinsä. Painetulla sanalla voi olla ennakoitua suurempi voima. (McCombs 2005: 543, 556.)

Vaikka äkisti ajateltuna tuntuu siltä, että televisio on suhteessa hieman enemmän niskan päällä, asia ei välttämättä ole niin yksinkertainen. Samalla se nimittäin joutuu käymään ikuista tasapainottelua iltapäivälehtien toisaalta yhteistyökykyisen ja avuliaan, toisaalta taas hyökkäävän ja arvaamattoman puolen kanssa. Iltapäivälehtien ja niiden tekijöiden valta ja voima pitävät televisio-ohjelmat varpaillaan ja tietoisena siitä, kuinka paljon jokainen harha-askele voi maksaa. Samalla niiden takaraivossa kuitenkin jyskyttää innostava tieto siitä, kuinka avokätisesti mahdollinen onnistuminen tullaan lehtien sivuilla palkitsemaan.



## LÄHDELUETTELO

### Kirjallisuus

Deuze, M. 2005. Popular journalism and professional ideology: Tabloid reporters and editors speak out. Teoksessa *Media, Culture & Society* 27:6/2005.

Eskola, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Grönfors, M. 1982. *Kvalitatiiviset kenttätyömenetelmät*. Toinen painos. Helsinki: WSOY.

Hautakangas, M. 2007. Vertaismelodraamaa taviksista taviksille. Katsaus suomalaisen todellisuustelevisioon historiaan. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 384–402. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Heikkilä, H., Ahva, L., Siljamäki J. & Valtonen, S. 2012. *Kelluva kiinnostavuus*. Tampere: Vastapaino.

Herkman, J. 2009. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa E. Väliaverron (toim.) *Journalismi murroksessa*, s. 32–49. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Herkman, J. 2005. *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tiedotusopin väitöskirja. Tampere: Vastapaino.

Hujanen, T. 2007. Suomalaisen television ohjelmatyypit ja lajit. Puhtauden vaalintaa ja rohkeita sekoituksia. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 115–121. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kaisla, S. 2005. *25 vuotta Iltalehteä*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Iltalehti.

Kilpi, T. 2007. *Uutisia, historiaa ja puheenaiheita. Ilta-Sanomat 75v*. Helsinki: WSOY.

Kivioja, P. 2008. *Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa*. Tampere: Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos.

Kivioja, P. 2004. *Alaston lööppi. Millaiset uutiset myyvät tabloid-lehtiä – ja miksi? Lähitarkastelussa Ilta-Sanomien lööpit, etusivut ja myyntiluvut vuonna 2002*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Korhonen, J. 2013. *Kymmenen polkua populismiin*. Helsinki: Into Kustannus.

Kortti, J. 2007. Peyton Placesta Big Brotheriin. Kaupallinen televisio yhteisissä televisiomuistoissa. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 552–576. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M. 1990. *Television and the Quality of Life. How Viewing Shapes Everyday Experience*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc., Publishers.

Kunelius, R. 2004. *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki: WSOY.

Kuutti, H. 2006. *Uusi Mediasanasto*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Matikainen, J. 2012. Uudet mediamuodot. Teoksessa K. Nordenstreng & O. A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*, s. 295–311. Tampere: Vastapaino.

McCombs, M. 2005. A Look at Agenda-setting: past, present and future. Teoksessa *Journalism Studies 2005*: 6 (4), s. 543-557.

Nieminen, H. & Pantti, M. 2004. *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat.

Nikunen, K. 2002. Ally McBeal – julkisuuden koukussa. Teoksessa *Tiedotustutkimus 2002*: 25 (3), s. 50–66.

Olkinuora, H. 2006. *Minne menet media?* Helsinki: Taloustieto Oy.

Palokangas, T. 2007. Vain asiallista viihdettä, kiitos! Viihde osana julkista televisiopalvelua. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 122–134. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Pietilä, A.-P. 2007. *Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia – Median muodonmuutos*. Helsinki: Art House Oy.

Pietilä, V. 1976. *Sisällön erittely*. Toinen korjattu painos. Helsinki: Gaudeamus.

Ruoho, I. 2007. Suomalaisen television arvot. Julkisen palvelun televisio vastaan mainostelevisio. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 122–134. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Ruuskanen, S. 2010. *Kuolema iltapäivällä. Postmoderni subjekti ja reaalinen iltapäiväjournalismissa*. Tiedotusopin väitöskirja. Tampere: Tampereen yliopisto.

Saarenmaa, L. 2005. Käsi sydämellä, povi paljaana. Iltapäivälehtien kansikuvatytöjen avomieliset tunnustukset. Teoksessa K. Nikunen, S. Paasonen & L. Saarenmaa (toim.). *Jokapäiväinen pornomme. Media, seksuaalisuus ja*

*populaarikulttuuri*, s. 113–135. Tampere: Vastapaino.

Saari, H. 2007. *Isku tajuntaan! Eli Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia*. Helsinki: Johnny Kniga Kustannus.

Salokangas, R. 2007. Suomalainen televisiojärjestelmä. Teoksessa J. Wiio (toim.). *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*, s. 33-57. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Sparks, C. 2000. The panic over tabloid news. Teoksessa C. Sparks & J. Tulloch. *Tabloid tales. Global debates over media standards*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Syrjälä, H. 2007. *Väkivalta lööppijulkisuudessa*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi*. Helsinki: Tammi.

Uimonen, R. & Ikävalko, E. 1996. *Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?* Helsinki: Inforviestintä Oy.

Wiio, J. & Uronen, I. 2012. Televisio. Teoksessa K. Nordenstreng & O. A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*, s. 150–172. Tampere: Vastapaino.

## **Verkkolähteet**

Dunderberg, I. *Eksegeettisiä lähestymistapoja - Intertekstuaalisuus*. Helsingin yliopisto. <http://www.helsinki.fi/teol/pro/emo/tarkastelutapoja/kirjallisuutena2.html>. Viitattu: 21. joulukuuta 2014.

Finnpanel Oy. 2012 a. TV-mittaritutkimus. Kuukausittaiset tulokset: Lokakuu 2012. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/share/2012/10/>. Viitattu: 9. joulukuuta 2012.

Finnpanel Oy. 2012 b. TV-mittaritutkimus. Vuosittaiset tulokset. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/top/2012/>. Viitattu: 28. joulukuuta 2014.

Finnpanel Oy. 2011. TV-mittaritutkimus. Vuosittaiset tulokset. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/share/2011/>. Viitattu: 9. tammikuuta 2013.

Helsingin Sanomat. 2013. *Kolme Helsingin Sanomien esimiestä irtisanoutui*. Helsingin Sanomien verkkoartikkeli. <http://www.hs.fi/kotimaa/a1374716439979>. Viitattu: 8. heinäkuuta 2013.

Iltä-Sanomat. 2012. *Näin kansa reagoi Tuntemattoman siirtoon: ”Älytöntä pelleilyä”, ”Turhaa hymistelyä”...* Iltä-Sanomien verkkoartikkeli. <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288521538545.html>. Viitattu: 11. joulukuuta 2012.

Kataja-Lian, M. 2013. *HS:n ex-päätoimittaja Iisalmen Sanomissa: Sanomalehdet yhteistyöhön Ylen kanssa*. Ylen verkkoartikkeli. [http://yle.fi/uutiset/hsn\\_ex-paatoimittaja\\_pentikainen\\_iisalmen\\_sanomissa\\_sanomalehdet\\_yhteistyohon\\_ylen\\_kanssa/6741646](http://yle.fi/uutiset/hsn_ex-paatoimittaja_pentikainen_iisalmen_sanomissa_sanomalehdet_yhteistyohon_ylen_kanssa/6741646). Viitattu: 21. joulukuuta 2014.

Levikintarkastus Oy. <http://www.levikintarkastus.fi/>. Viitattu: 15. marraskuuta 2012.

Louko, E. 2012. *Salkkareissa näytettiin raiskausyritys – onko tämä soveliaista vai ei?* Iltalehden verkkoartikkeli. [http://www.iltalehti.fi/viihde/2012022815265452\\_vi.shtml](http://www.iltalehti.fi/viihde/2012022815265452_vi.shtml). Viitattu: 11. joulukuuta 2012.

Sanomalehtien liitto. 2011. Suomen 10 suurinta sanomalehteä vuoden 2011 levikin mukaan. <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=119>. Viitattu: 4. helmikuuta 2013.

Shuttleworth, M. 2008. *Case Study Research Design*. <https://explorable.com/case-study-research-design>. Viitattu: 19. joulukuuta 2014.

Suomen Marsalkka 2012. 2012. Suomen Marsalkka -elokuvan nettisivusto. <http://www.suomenmarsalkka.fi/>. Viitattu 5. lokakuuta 2014.

Tilastokeskuksen verkkokoulu. *Johdatus tilastolliseen ajatteluun: Mitä tilastotiede on?* <http://tilastokeskus.fi/tup/verkkokoulu/data/tt/01/index.html> Viitattu: 8. joulukuuta 2012.

TNS Metrix. Suomen web-sivustojen viikkoluvut. <http://tnsmetrix.tns-gallup.fi/public/>. Viitattu: 27. tammikuuta 2014.

Yle Uutiset. 2013. *HS:n Pentikäinen jatkaa Yle-veron moittimista*. Ylen verkkoartikkeli. [http://yle.fi/uutiset/hsn\\_pentikainen\\_jatkaa\\_yle-veron\\_moittimista/5469581](http://yle.fi/uutiset/hsn_pentikainen_jatkaa_yle-veron_moittimista/5469581). Viitattu: 21. joulukuuta 2014.

## **Sanomalehdet**

Iltalehti 15.8.2012–15.12.2012

Iltä-Sanomat 15.8.2012–15.12.2012

Iltä-Sanomien lööppi 12.11.1982

## Liite 1: Luokittelurunko

### A Artikkelin nimi (päivämäärä)

### B Osasto

- 1 Uutiset / Kotimaa
- 2 Viihde
- 3 Pääkirjoitus
- 4 Urheilu
- 5 Viikonvaihte
- 6 Teemat / erikoisliitteet

### C Juttutyypit

- 1 Uutinen
- 2 Henkilöhaastattelu
- 3 Reportaasi tai selvitys
- 4 Kommentaari
- 5 Ajankohtainen puheenaihe

### D Aihepiiri

- 1 Koti, perhe & ihmissuhteet
- 2 Viihde & kulttuuri
- 3 Rikos & rangaistus
- 4 Poliittika & talous
- 5 Riidat & moraalikysymykset
- 6 Työ, raha & toimeentulo
- 7 Kauneus, ulkonäkö & terveys
- 8 Kuolema, vaara & onnettomuudet
- 9 Urheilu
- 10 Vapaa-aika & harrastukset
- 11 Elämyksiä & suuria tunteita

### E Sävy

- 1 Myönteinen
- 2 Kielteinen
- 3 Neutraali
- 4 Ambivalentti

### F Kanava

- 1 TV1
- 2 TV2
- 3 MTV3
- 4 Nelonen
- 5 Sub
- 6 Yle Teema
- 7 Muu
- 8 Useita

G Tv-ohjelma

- 1 Suomen Marsalkka & Operaatio Mannerheim
- 2 Tanssii tähtien kanssa
- 3 Vain elämää
- 4 Dallas
- 5 Maajussille morsian
- 6 Salatut elämät
- 7 Kotikatu
- 8 Elämä pelissä
- 9 Kauniit ja rohkeat
- 10 Junior MasterChef
- 11 Suomen Huippumalli haussa
- 12 Pakko tanssia
- 13 Diili
- 14 Muu
- 15 Useita