

Hanna Syrjälä

7 päivää -lehden kansien ja iltapäivälehtien lööppien yhteiset aiheet



Journalismin tutkimusyksikkö
Tampereen yliopisto
Tampere 2007

Abstract

The study ascertained how many of the subjects in the years 2005 and 2006 of the evening papers' weekend billboards were the same as those on the covers of the magazine *7 päivää*. The subjects featured on the covers of *7 päivää* were also examined, likewise what subjects this publication and the evening papers had in common. The data comprised 98 covers of *7 päivää* (561 headlines), 283 billboards of *Ilta-Sanomat* (964 headlines) and 282 billboards of *Ilta-lehti* (905 headlines).

Approximately one tenth of the headlines of these publications covered the same subjects. The share of the exact same news in the magazine and the Thursday, Friday and Saturday *Ilta-lehti* billboards was three percent. The corresponding figure for *Ilta-Sanomat* was two percent.

When the magazine and the evening papers' weekend billboards featured the same subjects, the headlines were most probably about the human relationships of celebrities. It is human relationships in particular which appear to be the subject with which the magazine and the weekend evening papers compete for the same audience. However, the magazine *7 päivää* and the evening papers do indeed differ from one another. On the covers of the magazine most of the headlines were about celebrities, and the magazine featured celebrities' human relationships, deviances from norms and money matters more than did the papers. The subjects specific to the evening papers included sport, general entertainment and culture news, accidents and society and politics.

Sisällysluettelo

| | |
|---|----|
| 1. Johdanto | 1 |
| 2. Tutkimuskohteet | 4 |
| 3. Samat aiheet 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä | 6 |
| 4. Samat uutiskärjet 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä..... | 8 |
| 5. Aihepiirit 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä | 10 |
| 6. Julkkisaiheiden osuus otsikoista | 14 |
| 7. Yhteenveto | 15 |
| Lähteet | 17 |

1. Johdanto

Tämä tutkimus käsittelee 7 päivää -lehden kannen ja iltapäivälehtien lööppien yhteisiä aiheita. Tutkimuskysymyksenä on, kuinka paljon iltapäivälehtien loppuviikon lööpeissä oli vuosina 2005 ja 2006 samoja aiheita kuin saman viikon 7 päivää -lehden kannessa. Tutkimuksessa selvitetään myös, mitä aihepiirejä 7 päivää -lehden kannot käsittelevät ja mitkä aihepiirit ovat yhteisiä sekä 7 päivää -lehdelle että iltapäivälehdille.

Viestintävälineiden sisällöllinen ja taloudellinen kilpailu sekä tähän liittyvä profiloituminen ovat median kehityksen kannalta olennaisia kysymyksiä. Viime vuosina on puhuttu tabloidisaatiosta (mm. Sparks & Tulloch 2000; Turner 2004, 76–78; Nieminen & Pantti 2004, 94–98), joka ilmenee iltapäivälehtien esitystapojen laajenemisena päivälehtiin ja sähköisiin uutisvälineisiin. Iltapäivälehdet taas ovat lähentyneet aikakauslehtiä. Ne ovat alkaneet julkaista aikakauslehtimäisiä liitteitä, ja erityisesti viikonloppunumeroissa on runsaasti aikakauslehtimäistä aineistoa.

Viestinten muuttumiseen liittyvä kiinnostava trendi on intermediaalisuus eli eri medioiden välisen vuorovaikutuksen lisääntyminen (ks. mm. Herkman 2005). Konkreettinen esimerkki intermediaalisuudesta on se, että viestimet tarttuvat toisten viestinten julkisuuteen nostamiin aiheisiin.

Tämän tutkimuksen tulos antaa osaltaan perusteita arvioida iltapäivälehtien ja 7 päivää -lehden tyyppisten aikakauslehtien suhdetta niiden välisessä kilpailutilanteessa. Jos 7 päivää -lehden kannessa ja iltapäivälehtien lööpeissä käsitellään paljon samoja aiheita, saa tukea olettamus, että lehdet kilpailevat avoimesti samoista yleisösegmenteistä samantyyppisillä keinoilla.

Viime vuosina on vaikuttanut siltä, että torstaina ilmestyvä 7 päivää -lehti on tuonut julkisuuteen aiheita, jotka iltapäivälehdet ovat seuraavina päivinä nostaneet lööppeihinsä ja etusivuilleen. Tämän tutkimuksen perusteella ei voi kuitenkaan suoraan sanoa, kuinka paljon iltapäivälehdet ottavat aiheita 7 päivää -lehdestä. Pelkkiä lööppejä tutkimalla ei aina selviä, mistä jokin tieto on peräisin. Vain muutamassa iltapäivälehdten lööpissä mainitaan, että uutinen on ”Seiskan mukaan” tai ”lehtitieto”. Kun käynnissä on esimerkiksi jokin ”kohu” (kuten pääministerin naissuhteet), on vaikea selvittää, mikä väline aiheen lopulta nosti ensimmäisenä julkisuuteen. Eri viestimet uutisoivat samasta tapahtumasta eri puolia ja ikään kuin pallottelevat aihetta vuoron perään toisilleen.

Uutisvirta ei myöskään kulje ainoastaan 7 päivää -lehdestä iltapäivälehtiin, vaan virta on myös toisensuuntainen. 7 päivää voi yhtä lailla avata oman näkökulmansa niihin aiheisiin,

joita iltapäivälehdet ovat nostaneet julkisuuteen. Lisäksi sekä iltapäivälehdet että 7 päivää seuraavat muitakin välineitä kuin toisiaan. Otsikkoaiheita saattaa nousta vaikkapa televisio-ohjelmista tai muista lehdistä. Esimerkiksi Iltalehden 9.6.06 mukaan *Jari Sillanpää tunnustaa Imagessa: Ryyppään KUIN SIENI*.

Tämän tutkimuksen aineistona ovat 7 päivää -lehdestä kaikki tutkimusvuosina ilmestyneiden lehtien kannet. Kansi on 98 kappaletta. Ilta-Sanomista ja Iltalehdestä aineistona ovat torstain, perjantain ja lauantain lööpit niiltä viikoilta, jolloin 7 päivää on ilmestynyt.¹ Lööppejä on Ilta-Sanomista 283 ja Iltalehdestä 282.² Havaintoyksikkönä on otsikko. Aineistossa on 561 otsikkoa 7 päivää -lehdestä. Iltalehdestä otsikoita on 905 ja Ilta-Sanomista 964.

Pääasiallinen tutkimusmenetelmä on määrällinen sisällönerittely. Lisäksi sekä 7 päivää -lehdessä että iltapäivälehdissä esiintyviä otsikoita on tarkasteltu laadullisesti. Tarkastelun tavoitteena on ollut selvittää aiheiden käsittelyn yhdenmukaisuuksia ja eroja.

Tutkimuksen kohteena ovat kannet ja lööpit, koska kansiin ja lööppeihin yleensä nostetaan kaikkein kiinnostavimmiksi ja myyvimmiksi arvioidut aiheet.³ Näin ne peilaavat osaltaan sitä, millaiset uutisarvostukset lehdessä on. Iltapäivälehdeille lööpit ja kannet ovat elintärkeitä, koska niitä myydään pelkästään irtonumeroina. Myös 7 päivää -lehti yrittää vetävällä kannellaan houkuttaa irtonumero-ostajia, vaikka se onkin kotiin tilattava lehti. Aikakauslehtien irtonumeromyynti ei ole Suomessa perinteisesti ollut suurta. Saurin ja Picardin (2001, 35) mukaan Suomi on yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa aikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtonumeromyynnin tuotot. Tilausmyynnin osuus on Suomessa lähes 90 prosenttia.

Tutkimus on toteutettu Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikössä, ja sen on rahoittanut Helsingin Sanomien Säätiö. Tutkimusaineiston analyysistä ja raportoinnista vastaa Hanna Syrjälä. Projektin vastuuhenkilönä on toiminut Esa Reunanen. Hän on osallistunut tutkimuksen suunnitteluun ja toteutukseen sen eri vaiheissa. Lisäksi hän on vastannut tutkimusaineiston tilastollisesta käsittelystä.

Raportin aluksi kuvaillaan, millaisia ovat tutkittavat lehdet 7 päivää, Ilta-Sanomien ja Iltalehti. Sen jälkeen tarkastellaan, kuinka suuri osuus iltapäivälehtien loppuviikon lööppiotsikoista käsittelee samoja aiheita kuin saman viikon 7 päivää. Asiaa katsotaan myös 7 päivää

¹ 7 päivää -lehti ei ilmesty pääsiäisen, juhannuksen ja joulun jälkeisellä viikolla. Näiltä viikoilta ei siis ole tarkasteltu iltapäivälehtien lööppejäkään. Tilanteissa, jossa torstaina ei ole ilmestynyt iltapäivälehteä, on aineistoon otettu keskiviikkona ilmestynyt löoppi. Näin on esimerkiksi helatorstaina.

² Iltalehdestä puuttuu juhannuksen 2005 löoppi.

³ Iltapäivälehtien lööpit ovat keltapohjaisia julisteita, joita on muun muassa iltapäivälehtiä myyvien liikkeiden ovissa ja ikkunoissa. Lööppien lisäksi iltapäivälehdet vetoavat potentiaalisiin lehden ostajiin värikkäillä kansillaan. 7 päivää -lehdellä ei ole lööppejä, vaan lehden ainoana houkuttimena toimivat kannet.

-lehden kannalta: kuinka suuri osuus sen kansiotsikoiden aiheista näkyy iltapäivälehtien lööpeissä. Tämän jälkeen tarkastellaan, millaisia aihepiirejä 7 päivää -lehden kansi käsittelee ja miten aihekattaus vertautuu iltapäivälehtien lööppien aihepiireihin sekä niihin aihepiireihin, jotka ovat 7 päivää -lehdelle ja iltapäivälehdlle yhteisiä. Myös siitä otetaan selvää, kuinka paljon 7 päivää -lehden kannessa on julkkaisaiheisia otsikoita. Raportin viimeinen osa on yhteenveto.

2. Tutkimuskohteet

7 päivää on kerran viikossa ilmestyvä aikakauslehti, jonka sisältö painottuu julkkisiin ja viihteeseen. Lehteen kuuluu myös laaja televisio-ohjelmiin keskittyvä osio. 7 päivää -lehteä kustantaa Aller Julkaisut Oy, joka on osa tanskalaista Carl Allers Etablissement As -mediayritystä. 7 päivää tuli Suomen-markkinoille vuonna 1992. Lehden levikki nousi heti nopeasti: se pääsi jo puolessa vuodessa 100 000:n tuntumaan (Kivikuru 1996, 80). Levikki on noussut joka vuosi, ja vuonna 2006 se oli 265 437. Tällä hetkellä 7 päivää on Suomen luetuin yleisaikakauslehti, luetumpi kuin esimerkiksi Apu ja Seura. (Levikintarkastus Oy.)

Kivikuru (1996, 72–73) on arvioinut, että 7 päivää -lehden lehtikonsepti on ollut radikaalimmin erilainen kuin mikään aikaisempi Suomessa. Hänen mukaansa Suomen aikakauslehdistön suosio perustui pitkään ”lukevan ihmisen” imagoon. 7 päivää -lehdessä jutut ovat kuitenkin äärimmäisen lyhyitä. Kivikuru kutsuukin 7 päivää -lehteä ”lyhytlehdeksi”, jonka yleisökäsitys perustuu television ja mainonnan perusolettamuksiin. Lukijat ovat enemmänkin yleisöä kuin varsinaisia lukijoita, ja sellaisena osa massaa.

Ilta-Sanomat ja Iltalehti ovat iltapäivälehtiä. Kuusi kertaa viikossa ilmestyvät, vain irtonumeroina myytävät lehdet ovat sanomalehtiä, mutta niissä painotetaan viihdettä tavallisia päivälehtiä enemmän. Voidaan jopa puhua viihteellisestä käsittelytavasta, joka läpäisee koko lehden (Kivioja 2004, 106). Ilta-Sanomat on perustettu vuonna 1932, Iltalehti taas vuonna 1980. Iltapäivälehdet ovat historiansa eri vaiheissa ottaneet vaikutteita erilaisista lehdistä. Saaren mukaan iltapäivälehdet olivat aluksi sanomalehtimäisiä ja pitäytyivät lähinnä uutisjournalismissa. Vielä 1980-luvun alussa aikakauslehdet olivat paljon viihteellisempiä kuin iltapäivälehdet. 1980-luvun aikana iltapäivälehdet kuitenkin ottivat käyttöön hyviksi havaittuja keinoja, joita vastaavanlaiset lehdet olivat muualla maailmassa käyttäneet. 1980-luvusta tulikin iltapäivälehdeille vuosikymmen, jolloin ne Saaren arvion mukaan ”kaappasivat julkisuuden kentän itselleen”. (Saari 2007.)

Ilta-Sanomat on osa SanomaWSOY-konsernia, Iltalehti taas Alma Mediaa. Molemmat lehdet kuuluvat Suomen suurimpien sanomalehtien joukkoon. Ilta-Sanomien levikki oli vuoden 2006 levikintarkastuksessa 186 462 ja Iltalehden 133 007 (Levikintarkastus Oy). Iltapäivälehtien levikkikehitys oli pitkään noususuuntaista, ja ne selvisivät lamasta paremmin kuin mitkään muut lehdet: Ilta-Sanomien ja Iltalehden yhteislevikki oli vuonna 1996 korkeampi kuin vuonna 1990 (Tommila 1998, 301). Lehtien yhteislevikki oli korkeimmillaan 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa, mutta sen jälkeen se on hieman laskenut (Levikintarkastus Oy).

Iltapäivälehtiä on pidetty tabloid-lehtinä (ks. mm. Kivioja 2004; Syrjälä 2007b), vaikka ne eroavatkin suuresti esimerkiksi yhdysvaltalaisista ja keskieurooppalaisista tabloideista (Herkman 2005, 288). Tabloid onkin käsitteenä laaja ja monimerkityksinen. Ensinnäkin tabloid viittaa lehden kokoon, joka on pienempi kuin broadsheet. Toiseksi tabloid viittaa määrätynlaisiin viihteellisiin sisältöihin. Tästä näkökulmasta myös 7 päivää -lehteä voi pitää tabloidina, vaikka lehti ei olekaan sitä kooltaan.

Sparks (2000, 13–16) on muodostanut lehtityypeistä janan, johon lehdet sijoittuvat sen perusteella, kuinka tabloidia niiden sisältö on. Jana perustuu kahteen akseliin: toisessa on kyse siitä, kuinka paljon lehti keskittyy yleiseen ja kuinka paljon yksityiseen. Toisella akselilla taas arvioidaan sitä, keskittyykö lehti enemmän urheiluun, viihteeseen ja skandaaleihin vai politiikkaan, talouteen ja yhteiskuntaan. Janalla on viisi lehtityyppiä, jotka ovat vakava, puolivakava, vakava populaari, tabloid ja supermarket-tabloid. Suomalaiset iltapäivälehdet voi tällä janalla sijoittaa vakavien populaarilehtien joukkoon (ks. Kivioja 2004, 26; Herkman 2005, 288; Syrjälä 2007b, 7). Sparksin (2000, 15) mukaan vakavat populaarilehdet ovat visuaalisia ja painottavat sisällössään skandaaleja, viihdettä ja urheilua. Silti ne jakavat olennaisilta osin samat uutisarvot kuin lehdistön vakavampi siipi.

7 päivää ei ole irtonumerona myytävä sanomalehti, mutta Sparksin janaa voi silti hyödyntää myös sen määrittelyssä. 7 päivää on janalla tabloidimpi kuin iltapäivälehdet. Se keskittyy iltapäivälehtiä enemmän yksityiseen, ja sen aiheet liittyvät iltapäivälehtiä vähemmän politiikkaan, talouteen ja yhteiskuntaan.

3. Samat aiheet 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä

Tässä luvussa kerrotaan, kuinka suuri osa 7 päivää -lehden kansien ja iltapäivälehtien torstain, perjantain ja lauantain lööppien otsikoiden aiheista oli samoja vuosina 2005 ja 2006. Seuraavassa luvussa (4. luku) taas tarkastellaan, kuinka suuressa osassa aiheista oli sama uutiskärkikin. Asiaa katsotaan sekä iltapäivälehtien että 7 päivää -lehden näkökulmasta.

Taulukosta 1 selviää, minkä suuruinen osuus iltapäivälehtien loppuviikon lööppiotsikoista käsitteli samoja aiheita kuin saman viikon 7 päivää -lehden kansi. Iltalehdessä samojen aiheiden osuus oli 9 prosenttia. Osuus pysyi samana vuosina 2005 ja 2006. Ilta-Sanomissa torstain, perjantain ja lauantain lööppiotsikoista 8 prosenttia oli aiheiltaan samoja kuin saman viikon 7 päivää -lehden kannessa. Osuus laski vuodesta 2005 vuoteen 2006.

Taulukko 1. 7 päivää -lehden kannen kanssa samojen aiheiden osuus loppuviikon iltapäivälehtien lööppiotsikoista.

| | 2005 | | 2006 | | Yhteensä | |
|------------------|------|-----|------|-----|----------|-----|
| | % | N | % | N | % | N |
| Iltalehdessä | 9 | 38 | 9 | 46 | 9 | 84 |
| Ilta-Sanomissa | 9 | 41 | 7 | 34 | 8 | 75 |
| Otsikoita IL:ssä | 100 | 413 | 100 | 492 | 100 | 905 |
| Otsikoita IS:ssa | 100 | 479 | 100 | 485 | 100 | 964 |

Taulukko 2 tarkastelee asiaa 7 päivää -lehden kannalta: kuinka suuri osuus sen kansiaiheista esiintyi saman tai tulevien päivien iltapäivälehtien lööpeissä. 7 päivää -lehden kansiaiheista 15 prosenttia näkyi jommankumman iltapäivälehdien lööpissä loppuviikosta. Samojen aiheiden osuus oli vuonna 2006 suurempi kuin vuonna 2005. Kun iltapäivälehtiä katsotaan erikseen, 7 päivää -lehden kansiaiheista 11 prosenttia esiintyi lähipäivinä Iltalehden lööpissä ja 10 prosenttia Ilta-Sanomien lööpissä. Iltalehden osuus kasvoi vuodesta 2005 vuoteen 2006. Ilta-Sanomissa osuus laski.

Taulukko 2. Niiden otsikoiden osuus 7 päivää -lehden kansioitsikoista, jotka esiintyivät samana tai tulevina päivinä iltapäivälehtien lööpeissä.

| | 2005 | | 2006 | | Yhteensä | |
|------------------------------|------|-----|------|-----|----------|-----|
| | % | N | % | N | % | N |
| Iltalehdessä | 9 | 28 | 14 | 36 | 11 | 64 |
| Ilta-Sanomissa | 11 | 32 | 10 | 26 | 10 | 58 |
| IL:ssä tai IS:ssa | 13 | 40 | 16 | 42 | 15 | 82 |
| Otsikoita 7 päivää -lehdessä | 100 | 298 | 100 | 263 | 100 | 561 |

7 päivää -lehdessä yhteisten aiheiden osuus on hieman suurempi kuin iltapäivälehtien lööpeissä. Painavin syy tähän lienee se, että 7 päivää -lehdestä oli tarkasteltavana kultakin viikolta vain yksi kansi, kun iltapäivälehdistä oli kolme lööppiä. Läheskään kaikkia lehdille yhteisiä aiheita ei seurata kolmena peräkkäisenä päivänä. Niinpä iltapäivälehdistä mahtui mukaan enemmän sellaisia otsikoita, jotka eivät käsittele 7 päivää -lehden kanssa samoja aiheita. Kaikkiaan voi siis sanoa, että noin kymmenesosa aiheista on yhteisiä 7 päivää -lehdelle ja iltapäivälehdille.

Kun iltapäivälehdet ja 7 päivää käsitelivät samaa aihetta, uutiskärki ei ollut välttämättä kaikissa lehdissä sama. Kyseessä saattoi olla jokin yksittäinen tapahtuma, josta lehdet nostivat eri puolen esiin. Saman aiheen käsittelyä eri uutiskärjellä on esimerkiksi *Kääk-juorut! JUTTA MUUTTA HARRIN LUOKSE!* (7 päivää 10.2.05) ja *Jutta myi talonsa huippuhintaan* (Iltalehti 11.2.05).

Uutisoitavana saattoi myös olla jokin säännöllisesti toistuva aihe, kuten verotiedot tai linnanjuhlat. Näitä aiheita lehdet käsitelivät hieman eri puolia painottaen. Aineistossa on myös muutama esimerkki oikeudenkäynneistä tai muista rikoksiin liittyvistä prosesseista, joihin kaikki kolme lehteä tarttuivat.

Samana aiheen käsittely voi olla eräänlaista vuorottelua. Näin on etenkin silloin, kun käynnissä on jokin ”kohu”. Tällaisia kohuja on aineistossa esimerkiksi hiihtäjän alkoholiongelmasta, kansanedustajan malleille lähettämistä tekstiviesteistä ja pääministerin ihmissuhteista. Lehdet täydentävät uutisoinnissa toisiaan: samasta kohusta tuodaan vuoron perään jokin uusi tieto tai näkökulma esiin.

Kohujen uutisointiin kuuluu otsikoiden jatkojuttumaisuus. Jatkojutun tyyppisiä otsikoita saatettiin tehdä iltapäivälehtien lööppeihin muulloinkin. Alkuperäinen uutisaihe saattoi olla 7 päivää -lehdestä, mutta iltapäivälehtien lööpissä aihetta ei tyydytty toistamaan, vaan sitä jatkettiin johonkin suuntaan. Niinpä kun 7 päivää kertoi 10.8.06: *Jani ja Susanna Sievinen: EROAMME*, Iltalehti ei seuraavana päivänä (11.8.06) toistanut uutista vaan jatkoi suoraan: *Jani Sievisen äiti: ERO TULI yllätyksenä. IDYLLI SÄRKYI.*

7 päivää -lehden kansiotsikoiden ja iltapäivälehtien lööppien välille voi muodostua jopa dialogia: yhdellä foorumilla jokin tieto kerrotaan, toisessa kiistetään. Esimerkiksi kun 7 päivää -lehden mukaan *Kimin Jenni SUUTELI VIERASTA MIESTÄ VESSASSA!* (5.5.05), seuraavan päivän Iltalehden lööppi kertoi: *JENNI KIISTÄÄ vieraan suutelun* (6.5.05).

4. Samat uutiskärjet 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä

Edellä käsitellyt otsikot eivät olleet välttämättä sellaisia, että uutisen kärki olisi ollut täsmälleen sama sekä 7 päivää -lehdessä että iltapäivälehdissä. Taulukko 3 kuvaa, kuinka suuri osuus iltapäivälehtien loppuviikon lööppiotsikoista käsitteli samaa aihetta samalla uutiskärjellä kuin torstaina ilmestynyt 7 päivää. Iltalehdessä torstain, perjantain ja lauantain lööppiotsikoista 3 prosentissa oli sama aihe samalla uutiskärjellä kuin 7 päivää -lehdessä. Osuus pysyi samana vuosina 2005 ja 2006. Ilta-Sanomien loppuviikon lööppiotsikoista 2 prosenttia oli 7 päivää -lehden kanssa saman uutiskärjen omaavia. Osuus laski vuodesta 2005 vuoteen 2006.

Taulukko 3. 7 päivää -lehden kanssa saman uutiskärjen omaavien otsikoiden osuus loppuviikon iltapäivälehtien lööppiotsikoista.

| | 2005 | | 2006 | | Yhteensä | |
|------------------|------|-----|------|-----|----------|-----|
| | % | N | % | N | % | N |
| Iltalehdessä | 3 | 11 | 3 | 14 | 3 | 25 |
| Ilta-Sanomissa | 3 | 15 | 2 | 9 | 2 | 24 |
| Otsikoita IL:ssä | 100 | 413 | 100 | 492 | 100 | 905 |
| Otsikoita IS:ssä | 100 | 479 | 100 | 485 | 100 | 964 |

Taulukko 4 tarkastelee asiaa 7 päivää -lehden kannalta: se kertoo, kuinka suuri osuus 7 päivää -lehden kansiaiheista esiintyi samalla uutiskärjellä lähipäivien iltapäivälehtien lööpeissä. 7 päivää -lehden kannen aiheista 7 prosenttia oli samalla uutiskärjellä jommankumman iltapäivälehdien lööpeissä vuosina 2005–2006. Osuus pysyi samana kumpanakin vuonna. Iltalehdessä saman kärjen otsikoiden osuus kasvoi. Ilta-Sanomissa osuus väheni.

Taulukko 4. Niiden otsikoiden osuus 7 päivää -lehden kansioitsikoista, jotka esiintyivät samalla uutiskärjellä loppuviikon iltapäivälehtien lööpeissä.

| | 2005 | | 2006 | | Yhteensä | |
|---------------------|------|-----|------|-----|----------|-----|
| | % | N | % | N | % | N |
| Iltalehdessä | 4 | 11 | 5 | 14 | 4 | 25 |
| Ilta-Sanomissa | 5 | 15 | 3 | 9 | 4 | 24 |
| IL:ssä tai IS:ssä | 7 | 20 | 7 | 18 | 7 | 38 |
| Otsikoita Seiskassa | 100 | 298 | 100 | 263 | 100 | 561 |

Joistakin saman kärjen lööppiotsikoista näkee, että aihe on ollut 7 päivää -lehden oma uutinen. Lööppiotsikossa voidaan kertoa, että otsikon tieto on ”lehtitieto” tai lähteeksi mainitaan ”Seiska”. Suurin osa saman kärjen aiheista on kuitenkin sellaisia, että iltapäivälehti olisi voinut saada tiedon muualtakin, mutta 7 päivää -lehti on ilmeisesti kertonut asian en-

sin. Siitä vihjaisi se, että aihetta on käsitelty perjantain lööpeissä, kun 7 päivää on ilmestynyt torstaina. Tällaisia oletettuja 7 päivää -lehden nostamaan aiheeseen tarttumisista ovat esimerkiksi Ilta-Sanomien otsikko 4.2.05: *Marita Taavitsainen. Taas kortti hyllylle* (vrt. 7 päivää 3.2.05: *Maritalle taas sakot. KAAHASI KORTTINSA HYLLYLLE*) ja Iltalehden otsikko 22.4.05: *Martti Syrjä ja Outi Mäenpää. ROMANSSI* (vrt. 7 päivää 21.4.05 *Outi Mäenpää ja Martti Syrjä. YLLÄTYSROMANSSI! Salaloma ja suukottelua!*).

Iltapäivälehden lööppi voi toistaa 7 päivää -lehden otsikon lähes samoin sanoin, esimerkiksi Ilta-Sanomissa 23.9.05: *Kaija Koon AVIOERO* (vrt. 7 päivää 22.9.05: *Kaija Koo: AVIOERO*). Joskus taas otsikkoon lisätään tietoa tai otetaan jotakin pois. Esimerkiksi 7 päivää -lehden 1.12.05 julkaisema otsikko *Idols-Agnes jätti Markkunsaa: VIINAA, RIITAA JA SEKSISKANDAALI! Eropaperit oikeudessa!* karsiutui Iltalehden 2.12.05 muodossa *Agnes haki AVIOEROA*.

Samankärjien otsikointi ei välttämättä aina tarkoita sitä, että iltapäivälehden otsikon idea on 7 päivää -lehdestä. Muutamassa tapauksessa voi olla kyse siitä, että asiasta on tiedotettu samaan aikaan useille tiedotusvälineille tai tieto on muuten tullut samaan aikaan julki. Tällainen saattaa olla esimerkiksi tapaus, josta 7 päivää kertoi 14.12.06: *BB-Sari. EX-MIES PAHOINPITELI*. Tapaus oli uutisoitu samana päivänä sekä Ilta-Sanomien että Iltalehden lööpissä.

5. Aihepiirit 7 päivää -lehdessä ja iltapäivälehdissä

Edellä selvitettiin, kuinka paljon iltapäivälehtien lööpeissä ja 7 päivää -lehden kannessa on samoja aiheita. Tässä luvussa taas tarkastellaan sitä, mistä aihepiireistä nousevat iltapäivälehdille ja 7 päivää -lehdelle yhteiset aiheet. Näin tarkentuu kuva siitä, mikä on lehdille yhteistä ja mikä taas omaleimaista aineistoa. Aiheet luokiteltiin Väkiältä lööppijulkisuudessa -tutkimusta varten tehtyä luokittelurunkoa käyttäen (ks. Syrjälä 2007a, 8–11).

Taulukko 5:n ensimmäisestä sarakkeesta selviää, mistä aihepiireistä kertoivat ne otsikot, jotka käsittelivät samoja aiheita 7 päivää -lehden kannessa ja loppuviikon iltapäivälehtien lööpeissä vuosina 2005–2006. Seuraava sarake selvittää, mitä aihepiirejä käsittelivät ne otsikot, joissa oli sama uutiskärkikin. Kolmas sarake listaa, millainen oli 7 päivää -lehden kansien aihepiirijakauma vuosina 2005 ja 2006. Kaksi viimeistä saraketta kertovat, millaiset olivat iltapäivälehtien lööppien aihepiirijakaumat samoina vuosina.⁴

Taulukko 5. Iltapäivälehtien lööppien ja 7 päivää -lehden kannen yhteisten aiheiden ja uutiskärkien aihepiirijakauma sekä 7 päivää -lehden kannen ja iltapäivälehtien lööppien aihepiirijakauma.

| | Yhteiset aiheet | Yhteiset kärjet | Seiskan kannet | IL:n lööpit | IS:n lööpit |
|-------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|----------------|----------------|
| | % | % | % | % | % |
| Rikokset | 23 | 18 | 17 | 21 | 22 |
| Ihmissuhteet | 49 | 61 | 43 | 17 | 19 |
| Omat mainokset | 0 | 0 | 4 | 17 | 19 |
| Urheilu | 0 | 0 | 0 | 6 | 5 |
| Onnettomuudet | 4 | 0 | 3 | 6 | 9 |
| Takaiskut | 11 | 11 | 7 | 12 | 6 |
| Viihde ja kulttuuri | 2 | 0 | 1 | 7 | 8 |
| Raha | 5 | 5 | 7 | 4 | 3 |
| Politiikka, yhteiskunta | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| Kauneus | 0 | 0 | 5 | 4 | 3 |
| Normeista poikkeaminen | 6 | 5 | 8 | 4 | 3 |
| Sota | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Muu | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| Yhteensä (%) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Yhteensä (N) | 82 | 38 | 561 | 415 | 447 |

Kun 7 päivää -lehden kannessa ja iltapäivälehtien loppuviikon lööpeissä käsiteltiin samaa aihetta, lähes puolet näistä aiheista kertoi ihmissuhteista. Saman uutiskärjen aiheista taas

⁴ Iltapäivälehtiä koskevassa tarkastelussa on käytetty otanta-aineistoa, johon kuuluu tutkittavilta vuosilta jokaisen kuukauden ensimmäisen viikon lööpit. Mukaan on otettu kaikki otanta-aineistoon kuuluvat lööpit, ei siis vain loppuviikon lööppejä.

peräti 61 prosenttia oli ihmissuhdeaiheisia. Prosenttiosuudet ovat huomattavasti suurempia kuin mitä ovat ihmissuhdeaihepiirin osuudet 7 päivää -lehden kannessa tai iltapäivälehtien lööpeissä ylipäätään. Nimenomaan ihmissuhdeaihe siis näyttää yhdistävän 7 päivää -lehteä ja iltapäivälehtiä.

Ihmissuhdeluokkaan kuuluu otsikoita, joissa mennään naimisiin, erotaan, rakastutaan, saadaan lapsia, petetään kumppania ja koetaan vaikeuksia ihmissuhteissa. Lisäksi ihmissuhdeotsikot kertovat muun muassa seksistä, erotiikasta, lomailusta, lapsuudesta ja uskoontulosta. Lehtien samoja ihmissuhdeaiheita olivat tarkastelujakson aikana muun muassa julkkisten erot, uudet rakkaudet ja pettäminen, esimerkiksi:

Tonyn ja Katjan shokkiero. VAIMO JÄTTI MINUT! Tilitys vain Seiskassa! (7 päivää 9.6.05)

ERO. "Uuden haku alkoi". Eduskunta eilen (IL 10.6.05)

"Nyt lähdän kavereiden kanssa bisselle." TONY HALME HALUAA AVIOERON (IS 10.6.05)

Ex-mallin shokkiväite. ODOTAN LASTA TANJAN MIEHELLE! Järkyttävä kolmiodraama (7 päivää 16.3.06)

Karpela tukee kihlattuaan. Saarelan ex-kumppani odottaa lasta (IL 17.3.06)

Karpelan kihlatulle VAHINKOVAUVA toisen naisen kanssa (IS 17.3.06)

Toiseksi eniten samoja aiheita ja vielä samalla uutiskärjellä käsiteltynä nousi rikoksista. Yhteisistä rikosaiheista suurin osa liittyi julkkiksiin, jotka olivat esimerkiksi olleet väkivallan uhreina tai tekijöinä. Sekä 7 päivää -lehden että iltapäivälehtien käsittelemiä rikosaiheita olivat esimerkiksi:

Speden tytär Pirre pidätettiin. ASEDRAAMA! (7 päivää 30.3.06)

Speden tytär ryösti ja viilteli uhriaan. Poliisi tutkii (IL 31.3.06)

Keskisen ja Hennan raju känniriita. VESA PIEKSI JA REPI HIUKSISTA! (7 päivää 10.11.05)

Kyläkauppias. ILMIRITA. Poliisit paikalle (IL 10.11.05)

Kolmanneksi vahvimmin lehdet yhdistävä aiheiluokka on takaiskut, vastoinkäymiset ja kuolema. Takaiskuotsikot kertovat sairauksista, tervehtymisestä, kriiseistä, kuolleiden muistelusta, päihdeongelmista ja itsemurhista. Lehdille yhteiset takaiskuaiheet liittyivät usein kuolemaan. Otsikko saattoi kertoa esimerkiksi julkkiksen tai julkkiksen omaisen kuolemasta. Takaiskuotsikoita ovat esimerkiksi:

Suru mursi Kristiina Elstelän. POIKA KUOLI JUNAN ALLE (7 päivää 30.3.06)

Kohtalotoverit tukevat KRISTIINA ELSTELÄÄ (IL 30.3.06)

Kristiina Elstelän rohkea päätös: Jatkan tanssia poikani takia (IS 31.3.06)

Neljänneksi eniten samoja aiheita nousi normeista poikkeamisista. Normeista poikkeamiseksi on laskettu teot, jotka eivät ole välttämättä rikoksia, vaan pikemminkin yleisesti paheksuttavaa käytöstä. Luokkaan kuuluvat otsikot kertovat esimerkiksi ryypäämisestä, sekoilusta, maineen menettämisestä, mokaamisesta, pornosta ja prostituutiosta. Sekä 7 päivää -lehteä että iltapäivälehtiä kiinnostava aihe oli esimerkiksi:

Miksi poseerasin alasti? Miksi varastin? Sala-avioliitto! PORNO-SAIJAN RAJU TILITYS! Olen skandaalimissi! (7 päivää 3.2.05)

Naku-Saija rikkoi missien aviosääntöä. TAAS UUSI HUIJAUS (IL 3.2.05)

Missi onkin naimisissa! Miss Suomi 2005. Skandaali PAISUU (IS 3.2.05)

Myös raha ja työ on aihepiiri, josta lehtiin syntyi samaa aihetta käsitteleviä otsikoita. Raha-aiheiset otsikot kertovat ostamisesta, omistamisesta, myymisestä, rikkauksista, veroista, veloista tai muusta rahaan liittyvästä. Sekä 7 päivää -lehteä että iltapäivälehtiä yhdistävä raha-aihe oli muun muassa:

Kääk-juorut: KATRI HELENA MYY LUKSUSTALONSA! (7 päivää 28.7.05)

Katri Helena myy kotinsa (IL 29.7.05)

Katri Helena MYY loistokotiaan (IS 29.7.05)

Onnettomuusotsikoihin kuuluvat tulipalot, karkaamiset, määrittelemättömät vaaratilanteet, sankaritarinat, läheltä piti -tilanteet, pelastumiset ja uhkaavat eläimet. Lehdille yhteiset onnettomuusotsikot käsitelivät loppuvuonna 2004 Aasiassa tapahtunutta tsunamikatastrofia sekä elokuussa 2005 Suomenlahdella tapahtunutta helikopterionnettomuutta. Onnettomuusotsikoita ovat esimerkiksi:

Aidin tilitys. LAPSENI KUOLI KOPTERITURMASSA (7 päivää 18.8.05)

Epätoivoinen taistelu kopterissa. Puoli minuuttia KUOLEMAAN (IS 18.8.05)

Lehtien yhteiset viihteen ja kulttuurin aiheet käsitelivät Linnanjuhlia ja Euroviisut voittanutta Lordia. Muuten tähän luokkaan kuuluvat otsikot kertovat missikisoista, elokuvista, keikoista, tv-ohjelmista, fiktiivisistä hahmoista, hovieen suosituimmuuslistoista ja julkkisten tapaamisesta ja ihailusta. Esimerkki viihteen ja kulttuurin otsikoinnista:

Shokkipaljastus! HÄN ON LORDI (7 päivää 25.5.06)

Kansa raivostui Lordin kuvasta. Lordi-extra (IL 26.5.06)

Kauneus oli aihepiiri, josta lehdet eivät tehneet samaan aiheeseen liittyviä otsikoita, vaikka muuten 7 päivää -lehden kannen ja iltapäivälehtien lööppien otsikoista 3–5 prosentissa kä-

sitellään kauneusaihetta. 7 päivää -lehden kauneusotsikoista suurin osa liittyy laihduttamiseen, rintojen suurennus- tai pienennysleikkauksiin tai siihen, että julkkiksesta on ”upeat kuvat”. Esimerkkejä: *Manageri-Eeva. LAIHDUTIN VUODESSA 30 KG!* (7 päivää 17.2.05) ja *Susanna Sievinen kauneusleikkauksessa. SAIN UUDET RINNAT!* (7 päivää 21.12.06).

Omia mainoksia oli 7 päivää -lehden kansiaiheista 4 prosenttia. Omissa mainoksissa mainostetaan esimerkiksi jättilehteä, lehden halpaa hintaa tai omia kilpailuja. 7 päivää -lehden kannessa julkaistu oma mainos on esimerkiksi *Kesäkisa! Palkintona 1000 Salarakkaat-sinkkua nimmareilla!* (21.7.05).

Muu-luokkaan kuuluu otsikoita, jotka eivät sovi mihinkään muuhun aihealueeseen. Tällaisia otsikoita ovat esimerkiksi *Cris Owen: SAIN VIIMEIN PENIKSEN!* (7 päivää 14.4.05) ja 3-vuotias *Veeti. MINÄ LÖYSIN VALAAN!* (7 päivää 6.7.06).

Iltapäivälehtien lööppien ja 7 päivää -lehden kannen aiheiden selkein ero on se, että 7 päivää -lehdessä ihmissuhdeaihepiiri on hallitseva. Yli 40 prosenttia kannen otsikoista käsitteli vuosina 2005–2006 ihmissuhteita, kotia ja perhettä.⁵ Iltapäivälehdissä taas mikään yksittäinen aihealue ei nouse ylivoimaisesti suurimmaksi. Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpeissä on ylipäättään laajempi aihekirjo kuin 7 päivää -lehden kannessa.

Normeista poikkeaminen ja raha ovat enemmän 7 päivää -lehden kuin iltapäivälehtien aiheita. Urheilu sekä yhteiskunta ja politiikka taas ovat aiheita, jotka eivät kiinnosta 7 päivää -lehteä oikeastaan lainkaan. Myös vailla ihmissuhdeutista olevat, yleiset viihteen ja kulttuurin uutiset näkyvät enemmän iltapäivälehdissä kuin 7 päivää -lehdissä. Onnettomuudet, takaiskut ja omat mainokset ovat niin ikään enemmän iltapäivälehtien aiheita.

Rikosotsikoiden osuus on 7 päivää -lehden kansissa ja iltapäivälehtien lööpeissä samaa suuruusluokkaa: iltapäivälehdissä hieman yli viidesosa, 7 päivää -lehdessä hieman alle. Lehtien rikosotsikoita erottaa julkkisten määrä. 7 päivää -lehden rikosotsikoista yli 75 prosenttiin liittyy julkkis. Iltapäivälehtien rikosotsikoissa julkkis on alle kolmanneksessa.

⁵ Jallinoja (1997, 223–229) on analysoinut vuoden 1997 touko-syyskuun 7 päivää -lehtiä. Hänen mukaansa lehden haastatteluissa suosituin aihe näytti olevan aviosuhde. Lehteen oli haastateltu eniten vastanaineita sekä eronneita, jotka olivat löytäneet uuden rakkauden. Haastattelujen aiheita olivat siis rakastuminen tai tuore rakkaus, mutta myös ero ja eron uhka. Jallinojan mukaan ihmissuhteet olivat keskeinen aihe myös 7 päivää -lehden paljastuspalstalla, joka toimii yleisöviihjeiden perusteella. Toinen tärkeä paljastusten aihe liittyi alkoholiin. Nämä kaksi saattoivat myös yhdistyä, kun esimerkiksi naimisissa olevan miehen nähtiin ”flirttailevan naisen kanssa ravintolassa”.

6. Julkkisaiheiden osuus otsikoista

Turnerin (2004, 4) mukaan julkkiksilla on hallitseva asema modernissa massamediassa, ja viime vuosina julkkisten kulttuuriset roolit ovat vain laajentuneet ja moninaistuneet. Myös Suomessa julkkiskulttuurin muutos on pantu merkille. Halosen (2001, 239–240) mielestä television vaikutus populaarijulkisuuden kehittymiseen on ollut dramaattinen, mikä näkyy esimerkiksi poliitikkojen uusissa rooleissa. Vallankäyttäjätkin ovat joutuneet entistä enemmän ottamaan esiintymisissään huomioon television vaatimukset ja ”mediaseksikkyyden”.

Koski (2003) on kirjoittanut ”julkkiskulttuurin rakennemuutoksesta”. Hänen mukaansa 1950-luvun naistenlehdistä silmien eteen avautuu Suomi, jossa ”piireihin pääsi lähinnä vain perimyksen, korkean virka-aseman tai liike-elämän tehtävän kautta”. Nykyään taas julkkiksia on paljon ja julkkikseksi pääsee helposti. Tärkein tekijä muutoksessa on ollut Kosken mukaan media, ja ”ruuhkaista liikennettä osajulkisuuksista yleisjulkisuuteen on eittämättä kiihdyttänyt eniten 7 päivää -lehti”. Koska 7 päivää -lehden nähdään vaikuttaneen suomalaisen julkkiskulttuuriin, pidettiin tässä tutkimuksessa tarpeellisena selvittää myös se, kuinka suureen osaan 7 päivää -lehden kansiootsikoista liittyy julkkis.

7 päivää -lehden kansien julkkiksista suuri osa on viihteen, urheilun ja kulttuurin alan ihmisiä: esimerkiksi näyttelijöitä, missejä tai tv-tähtiä. Jos urheilija tai poliitikko esiintyi otsikossa työhönsä liittyvissä asioissa, häntä ei tässä tutkimuksessa laskettu julkkikseksi. (Esimerkiksi *Kimi Seiskalle: SIIRRYN FERRARILLE*, 7 päivää 25.5.06.) Jos urheilijasta tai poliitikosta sen sijaan uutisoitiin esimerkiksi ihmishuhdekuvioiden vuoksi, hänet luettiin julkkikseksi. Yleiset maininnat ”julkkiksesta” tai ”laulajatähdestä” merkittiin julkkiksiksi. Tositv-ohjelmien kilpailijat luokiteltiin julkkiksiksi ainoastaan silloin, jos heidät mainittiin nimeltä.

7 päivää -lehden kannen otsikoista suurimpaan osaan liittyy julkkis. Julkkisotsikoita oli vuosina 2005 ja 2006 kannen otsikoista 89 prosenttia. Ne otsikot, joihin ei liittynyt julkkista, olivat lehden omia mainoksia tai kertoivat muun muassa eläimistä tai ”tavallisista ihmisistä”. Otsikoita, joihin ei liittynyt julkkista, oli aineistossa muun muassa *Aasian katastrofi. Pikku-Hannes pääsi kotiin. ÄITI, MISSÄ OLET?* (13.1.05), *Ulla ja 4 lasta vankilassa. HUUMEMAMMAN TILITYS!* (26.1.06) ja *Vanni-norsu on kuolemansairas!* (3.8.06).

Iltapäivälehtien lööpeissä julkkisotsikoiden osuus oli vuosina 2005–2006 noin 45 prosenttia (Syrjälä 2007a, 17). 7 päivää -lehden kannessa julkkisotsikoiden osuus on siis huomattavasti suurempi kuin iltapäivälehtien lööpeissä.

7. Yhteenveto

Tämän tutkimuksen aiheena oli, kuinka paljon 7 päivää -lehden kansissa ja iltapäivälehtien lööpeissä käsiteltiin samoja aiheita vuosina 2005 ja 2006. Lisäksi haluttiin selvittää, millaisia ovat lehtien yhteiset aiheprofiilit verrattuna 7 päivää -lehden ja iltapäivälehtien aiheprofiileihin. Tutkimus ei kuitenkaan suoraan kerro, kuinka paljon iltapäivälehdet ottavat aiheita 7 päivää -lehdestä. Pelkkiä lööppejä tutkimalla ei aina selviä, mistä jokin tieto on alun perin lähtöisin.

Iltalehdessä loppuviikon lööprien otsikoista 9 prosenttia käsitteli samoja aiheita kuin saman viikon 7 päivää -lehden kansi. Täsmälleen samalla uutiskärjellä olevia otsikoita oli Iltalehden lööpriottsikoista 3 prosenttia. Ilta-Sanomien lööpissä 7 päivää -lehden kanssa samoja aiheita käsitteli 8 prosenttia otsikoista ja saman kärjen omaavia otsikoita oli 2 prosenttia.

7 päivää -lehden kannalta tarkastellen sen kansiaiheista 15 prosenttia ja uutiskärjistä 7 prosenttia näkyi jommankumman iltapäivälehdessä loppuviikosta.

Ilta-Sanomissa väheni 7 päivää -lehden kanssa samojen aiheiden osuus vuodesta 2005 vuoteen 2006. Iltalehdessä taas osuus pysyi tarkastelutavasta riippuen samana tai nousi. Jos asiaa katsotaan Iltalehden kannalta eli kuinka suuri osuus Iltalehden aiheista oli samoja kuin 7 päivää -lehdessä, osuus ei muuttunut vuosina 2005 ja 2006. Jos asiaa kuitenkin tarkastellaan 7 päivää -lehden kannalta eli kuinka suuri osuus 7 päivää -lehden otsikkoaiheista näkyi lähipäivien iltapäivälehdissä, Iltalehden osuus kasvoi vuodesta 2005 vuoteen 2006.

Kun 7 päivää -lehden kannessa ja iltapäivälehtien loppuviikon lööpeissä käsiteltiin samaa aihetta, otsikot kertoivat todennäköisimmin ihmissuhteista. Aiheita olivat esimerkiksi julkisten erot, uudet rakkaudet ja pettäminen. Nimenomaan ihmissuhdeaiheissa lehtityypit mahdollisesti kilpailevat samasta yleisöstä. Myös rikokset ja takaiskut ovat aihealueita, joista lehdet nostivat esiin samoja aiheita.

Iltapäivälehtien ja 7 päivää -lehden profiilit siis osuvat tietyltä osin toisiinsa, ja niitä yhdistävän materiaalin osuus on lehtien aiheista noin 10 prosenttia. Kuitenkin 7 päivää ja iltapäivälehdet myös eroavat toisistaan selvästi. 7 päivää -lehden kannessa ihmissuhteet on ylivoimaisesti yleisin aihepiiri, ja lähes 90 prosenttia kannen aiheista liittyy julkiksiin. Iltapäivälehdet taas ovat 7 päivää -lehden verrattuna sanomalehtimäisempiä ja aihekirjoltaan laajempia. Niiden lööpeissä julkisaiheiden osuus on 45 prosenttia. Erityisesti urheilu sekä yleiset viihteen ja kulttuurin uutiset ovat iltapäivälehdeille ominaista aineistoa 7 päivää -lehden verrattuna. Myös onnettomuuksista sekä yhteiskunnasta ja politiikasta ne otsikoivat.

vat 7 päivää -lehteä enemmän. 7 päivää taas uutisoi kannessaan iltapäivälehtiä enemmän julkkisten normeista poikkeamisista ja raha-asioista.

Rikosten osuus on sekä iltapäivälehtien lööpeissä että 7 päivää -lehden kannessa samaa suuruusluokkaa: iltapäivälehdissä hieman yli viidenneksen, 7 päivää -lehdessä hieman alle. Lehtien rikosotsikoita erottaa kuitenkin julkkisten määrä. 7 päivää -lehden rikosotsikoista yli 75 prosenttiin liittyy julkkis, kun iltapäivälehtien rikosotsikoissa julkkis on alle kolmanneksessa. Kuitenkin niihin rikosaiheisiin, joihin sekä 7 päivää että iltapäivälehdet tarttuvat, liittyy usein julkkis.

Lähteet

Halonen, Irma Kaarina (2001). Villi kissanainen viestinnän ja journalismin oppimateriaalina. Teoksessa Anu Koivunen & Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.) *Populaarin luma: Mediat ja arki*. Kolmas painos. Turku: Turun yliopisto. 237–252.

Herkman, Juha (2005). *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino.

Jallinoja, Riitta (1997). *Moderni säädyllisyys. Aviosuhteen vapaudet ja sidokset*. Helsinki: Gaudeamus.

Kivikuru, Ullamaija (1996). *Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä*. Helsinki: Yliopistopaino.

Kivioja, Pasi (2004). *Alaston lööppi. Millaiset uutiset myyvät tabloid-lehtiä – ja miksi? Lähitarkastelussa Ilta-Sanomien lööpit, etusivut ja myyntiluvut vuonna 2002*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

Koski, Markku (2003). Julkkiskulttuurin rakennemuutos. Artikkelit, ilmestynyt *Journalistilehden* numerossa 19/2003.
<http://www.journalistilehti.fi/journalisti/arkisto/192003/perus/koski.htm>. Sivulla käyty 3.4. 2007.

Levikintarkastus Oy. <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/> ja http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2006.pdf.
Sivuilla käyty 23.4. 2007.

Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004). *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-kirjat.

Saari, Heikki (2007). *Isku tajuntaan! – Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia*. Käsikirjoitus keväällä 2007 julkaistusta kirjasta. Johnny Kniga.

Sauri, Tuomo & Picard, Robert (2001). Mediatalous. Teoksessa Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*. Porvoo: WSOY.

Sparks, Colin (2000). Introduction: The Panic over Tabloid News. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.) *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld. 1–40.

Sparks, Colin & Tulloch, John (toim.) (2000). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld.

Syrjälä, Hanna (2007a). *Väkivalta lööppijulkisuudessa*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Syrjälä, Hanna (2007b). "Ei röyhkeämpiä vaan rohkeampia." *Haastattelututkimus ilta-päivälehtien toimittajien ammatillisesta omakuvasta*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

Tommila, Päiviö (1998). *Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.

Turner, Graeme (2004). *Understanding Celebrity*. Lontoo: Sage.