

Julkaisu
Publications

B

**Aira Saloniemi
Risto Suikkanen**

Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta

Pilottitutkimus 2006



Uutismedian arvostuksista, sisällöistä ja toimintatavoista käydään ajoittain kiivastakin keskustelua. Usein keskustelu kuitenkin perustuu pelkkiin vaikutelmiin ja mielikuviin.

Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta -pilottitutkimus luo välineitä uutisisältöjen jatkuvaa seurantaan varten. Tutkimuksessa luodataan muun muassa uutistarjonnan aihepiirejä, keskeisiä esiintyjä, sukupuolten näkyvyyttä, väkivaltaan ja seksuaalisuuteen liittyviä uutisteemoja sekä jutuissa käytettyjä esitystapoja. Tutkimuksen pääasiallinen aineisto on koottu 14 viestimestä syksyiltä 2006. Lisäksi on analysoitu pieni vertailuaineisto syksyiltä 1996.

Uutistarjonnan seuranta antaa faktapohjaa uutismediaa koskevalle keskustelulle ja aineksia yhteiskunnan ilmapiiriin liittyville pohdinnolle. Tavoitteena on palvella mahdollisimman monia mediasisällöistä kiinnostuneita tahoja.



Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto. Julkaisu B 46/2007

ISBN: 978-951-44-6943-5

ISSN: 0358-4151

Kansi: Teemu Helenius

Aira Saloniemi
Risto Suikkanen

Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta

Pilottitutkimus 2006



JOURNALISMIN
TUTKIMUSYKSIKÖ

Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos
Julkaisuja / Publications
Sarja / Series B 46 / 2007

SARJA	SERIES
Tutkimuksia	A Studies
Raportteja	B Reports
Keskusteluja ja katsauksia	C Discussion and reviews
Opetusmonisteita	D Textbook materials
Bibliografioita ja luetteloita	E Bibliographies and catalogues

Myynti:

Tiedekirjakauppa TAJU
 PL 617
 33014 Tampereen yliopisto

puh (03) 3551 6055
 fax (03) 3551 7685

taju@uta.fi
<http://granum.uta.fi>
<http://www.uta.fi/taju>

Taitto ja ulkoasun suunnittelu:

Teemu Helenius

Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print
 Tampere 2007

ISBN: 978-951-44-6943-5

ISSN: 0358-4151

Abstract

The State of the Finnish News Media is a pilot study aiming at an observation system that would annually survey news media output and indicate ongoing trends. In the pilot study more than ten indicators were developed for measuring the content and character of news media. The indicators were tested with material collected from the Finnish mainstream news media. The purpose of the observation system will be to serve all those who are interested in the media, for example journalists, journalism researchers, civic organisations and authorities.

In the pilot study, the news output of fourteen Finnish media in autumn 2006 was analysed. The newspapers in the sample were Aamulehti, Helsingin Sanomat, Ilkka, Kaleva, Savon Sanomat, Turun Sanomat, Iltalehti, Ilta-Sanomat, Metro and Uutislehti 100. The main news broadcasts of the television channels YLE 1 and MTV3 were analysed as also one daily news broadcast of both Radio YLE and Radio Nova.

Because the results of the observation study mainly become interesting when comparing different time points, a small sample was collected for 1996. It included three newspapers: Aamulehti, Helsingin Sanomat and Ilta-Sanomat. The contents of these newspapers in 1996 were compared with the contents of these same newspapers in 2006.

In total the research material consisted of 1,199 news stories or groups of stories from 2006 and 213 news stories or groups of stories from 1996.

The variables used in the content analysis proved mostly workable. They yielded satisfactory overview of the news output and also of the other themes of interest. The results show that politics, economics, daily life and leisure are still prominent subject matter in morning papers as well as in television and radio news. Evening papers, on the contrary, seem to have increased their focus on crime, accidents and human relationships. The subject matter of the two free papers in the study was in between that of the morning papers and evening papers.

In addition to the overview described above there were some more specific findings of interest. The proportion of women among the salient actors in the news does not seem to have increased during the last ten years. On the contrary, the share of men may have increased. The share of subject matter concerning social security has decreased and the share of subject matter concerning sexuality and violence has increased somewhat. Regional and national viewpoints seem to have become more prominent, while international viewpoints seem to have lost some of their prominence. However, because of the fairly small sample of the longitudinal study only tentative conclusions can be drawn. More reliable picture of media trends will be attained when the conclusions can be drawn from extensive observation data collected from several years.

Sisällys

1. Johdanto	7
2. Mediakeskustelusta mediaseurantaan	11
2.1. Kaksi näkökulmaa keskustelussa	11
2.2. Ilmiöistä indikaattoreiksi	16
3. Uutismedian sisältö vuonna 2006	19
3.1. Aineisto ja työvaiheet	19
3.2. Aiheet ja aihepiirit	21
3.2.1. Vapaa-ajan aiheet ovat näyttävästi esillä etusivulla	21
3.2.2. Poliitiikka ja turvallisuus hallitsevat pääuutisia	24
3.2.3. Aamulehtien ja iltapäivälehtien aiheet kehittyvät eri suuntiin	25
3.3. Uutisvalintojen yhdenmukaisuus: pääuutiset	28
3.3.1. Kahdella kolmanneksella viestimistä on oma pääuutinen	28
3.3.2. Vuoden 1996 aineiston ainoa yhteinen pääuutinen koski kenraali Lebedin erottamista	30
3.3.3. Kilpailu nostaa alueen uutiset kärkeen?	31
3.4. Uutislähteiden määrä	32
3.5. Maantieteelliset alueet	35
3.5.1. Puolet jutuista pysyy Suomen rajojen sisällä	35
3.5.2. Sähköiset viestimet ovat muita kansainvälisempiä	36
3.5.3. Paikallisten ja alueellisten juttujen osuus on kasvanut	37
3.6. Esiintyjäryhmät	38
3.6.1. Julkishallinto ja palvelut eniten esillä	38
3.6.2. Päätoimija tuo lisävalaistusta juttusisältöön	39
3.6.3. Eri viestintäryhmillä selvästi erilaiset profiilit	41
3.6.4. Julkishallinnon osuus on ollut kasvussa, kansainvälisten toimijoiden osuus laskussa	43
3.7. Naiset ja miehet	45
3.7.1. Uutisen päätoimija on tavallisimmin mies	45
3.7.2. Kansalaisjärjestöjen, viestintien ja viihteen edustajista puolet on naisia	47

3.7.3.	Naisten osuus on suurin iltapäivälehdissä	48
3.7.4.	Miesten osuus päätoimijoista on kasvanut vuodesta 1996	51
3.7.5.	Valokuvissakin miehet esiintyvät naisia useammin	52
3.7.6.	Yhteiselo kuvituksessa yleistyi	54
3.8.	Miesten ja naisten esittämisen tavat	55
3.8.1.	Naisia ja miehiä kuvataan eri tavoin	55
3.8.2.	Erot sukupuolten esittämisessä ovat pienentyneet	57
3.9.	Seksuaalisuus ja sukupuolielämä	59
3.10.	Dramatisoivat esitystavat	63
3.10.1.	Dramatisoinnin kolme kärjessä: liioittelu, henkilöiminen ja tirkistely	63
3.10.2.	Dramatisoivia esitystapoja on lähes yksinomaan iltapäivälehdissä	64
3.10.3.	Liioittelu ja väkivallan korostaminen ovat lisääntyneet selvästi Ilta-Sanomien etusivuilla	65
3.11.	Väkivalta-aineiston osuus	68
3.11.1.	Joka kymmenes juttu kertoo väkivallasta	68
3.11.2.	Eri viestintyytit painottavat erilaista väkivaltaa	69
3.11.3.	Pääuutisista väkivaltaa käsittelee viidennes	70
3.11.4.	Arjen väkivalta on tehnyt läpimurron vuoden 1996 jälkeen	71
3.12.	Kuluttaminen ja tuotemerkit	73
3.12.1.	Kulutuskeskeisten juttujen määrä ei ole lisääntynyt	73
3.12.2.	Tuotemerkkien määrä kasvussa	73
4.	Seurantahankkeen kokemuksia	77
Lähteet	83
Liitteet	87

1. Johdanto

Uutismedian arvostuksista, sisällöistä ja toimintatavoista käydään välillä kiihkeääkin keskustelua. Usein keskustelu kuitenkin perustuu pelkkiin vaikutelmiin. Erilaisiin käsityksiin vaikkapa väkivallan tai seksuaalisuuden määrästä mediassa on helpompi ottaa kantaa, kun mielipiteet voi suhteuttaa mediasta tehtyihin systemaattisiin havaintoihin. Tällainen seuranta tekee mahdolliseksi vertailun myös eri viestintyyppien kesken. Erityisen hyödyllistä seuranta on silloin, kun sitä on tehty usean vuoden ajalta niin, että karttuneiden tietojen avulla voidaan tehdä päätelmiä uutistarjonnan kehityksestä.

Tässä raportissa kuvataan uutismedian vuosiseurannan pilottitutkimusta. Pilottitutkimus tähtää seurantajärjestelmään, jolla uutistarjonnan kehitystä voidaan arvioida säännöllisin väliajoin. Pilottitutkimuksessa on kehitetty runsaat kymmenen sisällönanalyttistä muuttujaa, joita testataan suomalaisesta uutismediasta valittuun aineistoon.

Seurannan tarkoituksena on palvella mahdollisimman monia mediasisällöistä kiinnostuneita tahoja tuottamalla faktapohjaa uutismediaa koskevalle keskustelulle. Tällaisia tahoja ovat ainakin media itse ja journalistit, journalistimin tutkijat, kansalaisjärjestöt ja viranomaiset.

Pilottihankkeessa seurataan varsin laajaa uutisvälinerypystä syksyltä 2006. Tavoitteena on ollut edustava näyte suomalaisesta valtavirran uutistarjonnasta. Aineistossa ovat tilattavista sanomalehdistä Aamulehti, Helsingin Sanomat, Ilkka, Kaleva, Savon Sanomat ja Turun Sanomat, iltapäivälehdet Iltalehti ja Ilta-Sanomat, ilmaisjakelulehdistä Metro ja Uutislehti 100, televisiosta Yleisradion pääuutislähetys ja MTV3:lta Kymmenen Uutiset, radiosta Yleisradion Päivän peili sekä Radio Novan uutiset.

Vuoden 2006 aineisto on valittu ajatellen, että tulevana vuosina seuranta voidaan jatkaa näiden samojen viestinten aineistoilla. Näin pilottitutkimuksen tuloksia voitaisiin suoraan verrata seuraavan seurantakierroksen tuloksiin.

Koska seurantatutkimuksen tulosten kiinnostavuus syntyy lähinnä ajallisesta vertailusta, pilottitutkimukseenkin sisällytettiin pieni vertailuaineisto vuodelta

1996. Tähän aineistoon valittiin kolme lehteä: Aamulehti, Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat. Raportissa näiden lehtien vuoden 1996 sisältöä verrataan samojen lehtien sisältöön vuonna 2006.

Nyt vireille saatettu mediaseurantajärjestelmä on ensimmäinen laatuaan Suomessa, vaikkakin mediaseurantaa sinällään on Suomessakin harrastettu jo pitkään. Suomen ehkä tunnetuin kaupallisten mediaseurantapalvelujen tuottaja on Observer Finland. Se seuraa tyypillisesti toimeksiantajansa näkyvyyttä mediassa, kokoaa leikeaineistoja ja tekee sisällöistä tiivistelmiä. Seurannan tulokset jäävät yleensä vain tilaajalle, ja niitä käytetään paljolti tilaajayrityksen viestinnän tehokkuuden arviointiin sekä kehitystyön tausta-aineistona.

Myös yliopistoissa tehdään tutkimuksia tiettyjen aiheiden tai organisaatioiden käsittelystä viestimissä. Esimerkiksi Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikössä on jo noin kymmenen vuoden ajan opetusministeriön toimeksiannosta analysoitu etnisyyteen ja rasismiin liittyvän aineiston käsittelyä suomalaisessa mediassa. Yksittäisempiä tutkimuksia on tehty esimerkiksi Elcoteq-yrityksen käsittelystä talousjournalismissa ja Tampereen kaupunkia koskevasta journalismista paikallisissa viestimissä. Vastaavia sisällönanalyttisiä selvityksiä tehdään tietysti muissakin yliopistoissa sekä tilaustutkimuksina että opinnäytteinä ja muina akateemisina tutkimuksina.

Sanomalehtien Liitto on vuodesta 1985 noin kahden vuoden välein organisoitunut sanomalehtien Toimitustilaston, jossa liiton jäsenlehtien talous- ja henkilöstötietojen lisäksi kuvataan myös lehtien aihejakauma lähinnä osastojaon mukaisesti sekä julkaistun aineiston alkuperä (oma aineisto, konserniyhteistyö, tietotoimisto jne.). Koska toimitustilastoa on tehty jo yli kahdenkymmenen vuoden ajan, se luo jo varsin hyvän kuvan lehtien henkilöstön, talouden ja sisällön kehityksestä.

Sähköisen median seurannassa merkittävin on liikenne- ja viestintäministeriön vuodesta 2000 lähtien vuosittain teettämä tutkimus suomalaisesta televisiotarjonnasta. Tutkimuksissa on selvitetty televisiokanavilta saatujen ohjelmatietojen ja lähetyspäiväkirjojen perusteella erityisesti ohjelmatyyppien monipuolisuutta. Radiotarjontaa ei suomessa ole tutkittu yhtä paljon. Merkittävä avaus oli kuitenkin liikenne- ja viestintäministeriön tilaama tutkimus Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2005, jossa analysoitiin kaikkiaan 38 radio-kanavan musiikki- ja puheisällöt.

Tässä käynnistetty mediaseurantatutkimus poikkeaa yllä kuvatuista siinä, että lähtökohdaksi on niitä selvemmin otettu mediaa koskeva julkinen keskustelu ja siinä esiin nousseet teemat. Siinä missä Toimitustilasto sekä radio- ja tv-tarjontatutkimukset pitäytyvät melko yleisissä aihealueoituksissa, tässä pilottitutkimuksessa tartutaan suoraan keskustelua herättäneisiin teemoihin,

kuten mediaväkivaltaan ja seksuaalisuuteen. Samalla se kuitenkin tähtää yleiskuvaukseen koko uutistarjonnasta. Toisin kuin esimerkiksi etnisyyssaineiston seurantatutkimuksessa, aineistoksi pyritään saamaan koko uutismediaa mahdollisimman hyvin kuvaava näyte eikä vain yhtä teemaa käsittelevät jutut. Uutissisällöistä tehtyjä havaintoja peilataan ajankohtaisiin mediankentän muutoksiin, joita ovat Internetin tulon vaikutukset sekä kilpailun kiristyminen ja sen aiheuttamat paineet.

Mediaseuranta on kansainvälisestäikin tullut viime vuosina entistä systemaattisemmaksi. Esimerkiksi alun perin Saksassa aloittanut *Media Tenor* (www.mediatenor.com) on laajentunut kansainväliseksi seurantajärjestelmäksi, joka julkaisee neljästi vuodessa ilmestyvässä joulukuussa sisällönanalyysiin perustuvia kuvauksia eri aiheiden käsittelystä mediassa. Toinen kiinnostava hanke on Yhdysvalloissa jo neljänä vuonna ilmestynyt katsaus *The State of the News Media* (www.stateofthedia.org). Sen tavoitteena on löytää vuosittain tärkeimmät mediaan kohdistuvat trendit.

Tässä raportissa esiteltävä mediaseurannan pilottiprojekti käynnistyi syksyllä 2006, ja projekti valmistui keväällä 2007. Hankkeen toteutti Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikkö ja projektin tutkijoina toimivat Aira Saloniemi ja Risto Suikkanen. Aineiston luokitteluun osallistui heidän lisäksi Timo Lilja. Projektin vastuuhenkilönä toimi Esa Reunanen ja hankkeen seurantaryhmään kuuluivat hänen lisäksi professori Heikki Luostarinen Tampereen yliopistosta ja johtaja Jukka Holmberg Sanomalehtien Liitosta. Projektin rahoitti Helsingin Sanomain Säätiö.

Tässä raportissa luodaan ensin lyhyt katsaus uutismediasta käytyyn keskusteluun ja median ajankohtaisiin trendeihin (luku 2). Saman luvun lopuksi kuvaillaan lyhyesti analyysimuuttujat, joilla mediakeskustelussa esiin nousseita teemoja luodataan.

Selvityksen tulokset esitellään raportin luvussa 3. Jakso jakautuu analyysiteemoittain alalukuihin, joissa käsitellään ensin yleisesti vuoden 2006 aineistoa. Sen jälkeen tuloksia eritellään viestinryhmittäin. Kolmanneksi kussakin alaluovussa vertaillaan vuosien 1996 ja 2006 otoksia.

Raportin päättävässä luvussa 4 arvioidaan pilottitutkimuksesta saatuja kokemuksia ja pohditaan käytetyn tutkimusvälineistön soveltuvuutta tehtäväänsä. Luvussa myös tehdään jatkoa koskevia suosituksia.

2. Mediakeskustelusta mediaseurantaan

Mediaa koskeva julkinen keskustelu kiinnittyy tyypillisesti tiettyihin vakiintuneisiin teemoihin, kuten mediasisältöjen väkivaltaisuuteen, ylikorostuneeseen seksuaalisuuteen, journalismin nurkkakuntaisuuteen, journalismin elitistisyyteen tai pinnallisuuteen ja eräisiin muihin, lähtökohtaisesti kriittisiin näkökulmiin kuten siihen, kenen ääntä viestimet kaiuttavat. Tavallisesti edelleen esitetään, että keskustelun kohteeksi nousseet sisältöpiirteet olisivat vahvistumassa: sisältö väkivaltaistuu, seksualisoituu tai pinnallistuu.

Yllä kuvatun mediasisältöjä koskevan keskustelun ohella joukkoviestimistä keskustellaan myös hieman toisella, ammatillisemmalla tai rakenteellisemmalla tasolla. Tällöin sananvaihtoa käydään siitä, millaiset median toimintatapoihin ja toimintaympäristöön liittyvät tekijät saavat aikaan muutoksia joukkoviestintän sisällöissä. Keskustelun kohteena ovat siis erityisesti mediatalouteen ja tekniseen kehitykseen liittyvät kysymykset.

Tässä luvussa luodaan lyhyt katsaus ajankohtaiseen mediakeskusteluun. Tarkoitus on määritellä ne ilmiöt ja aihepiirit, joita vasten seurannan tuloksia tarkastellaan. Lähteinä on käytetty tutkimuskirjallisuutta, mediakeskustelua, mediaa koskevia seminaareja sekä yksittäisiä keskusteluja toimittajien ja tutkijoiden kanssa. Luvun alussa tarkastellaan mediatalouteen ja teknologiseen kehitykseen liittyviä teemoja ja sitä, miten näiden on arvioitu vaikuttavan viestintän sisältöihin. Luvun lopussa kuvaillaan lyhyesti keskusteluissa esiin nousseiden teemojen luotaamiseksi kehitetyt muuttajat.

2.1. Kaksi näkökulmaa keskustelussa

Keskustelussa ja tutkimuskirjallisuudessa voi erottaa kaksi näkökulmaa viestintävälineiden tämän hetken tilanteeseen. Nämä ovat **kilpailun kiristyminen ja siihen liittyvät kaupallistumisaineet** sekä **Internetin tulon vaikutukset**.

Teemat luonnollisestikin lomittuvat toisiinsa ja kietoutuvat lopulta kilpailuasetelmien muuttumiseen ja kiristymiseen.

Suomen 1990-luvun alun taloudellinen lama synkensi mainos- ja tilaustuloista riippuvaisten mediatalojen taloudellisia näköaloja. Lama vei ilmoitustuloja ja laski lehdistön levikkejä. Tulojen menetys osui huonoon saumaan, sillä monet lehtipainotalot olivat juuri sijoittaneet miljoonia nurkanvaltaajien torjuntaan. Samaan aikaan mainosradion ja uusien tv-kanavien tulo kiristi kuuli- ja katsojakisaa sähköisellä puolella ja myös kilpa ilmoitusmarkoista kiihtyi. Uudet tulokkaat pyrkivät ottamaan osansa tuolloin pienentymässä olleesta ilmoituspotista. Levikkien ja kuulijamäärien säilyttäminen oli entistä vaikeampaa, mutta samalla tärkeämpää, jotta ilmoittajien mielenkiinto säilyisi. Lehtitaloissa ryhdyttiin säästötoimiin ja tuotantopuolen teknologian kehittymisen myötä tuotantotekniikkaa uusittiin vähemmän työvoimaa vaativaan suuntaan. Kautta linjan eri välineissä ryhdyttiin tehostamaan myös toimitustyötä. Tämä näkyi esimerkiksi toimitusten työtahdissa ja sittemmin lehtien yhteistyössä, joka paikoin yhä tiivistyy (mm. Luostarinen ja Uskali 2004 ja 2006).

Oman panoksensa kilpailuun ovat tuoneet uudet ilmaisjakelulehdet. Monet niistä hyödyntävät ennen kaikkea uutistoimistomateriaalia, mutta osa tuottaa runsaasti myös omaa aineistoaan. Uutisnälkää voi siis tyydyttää maksamatta kotiin kannetusta lehdestä.

Internet

Tällä hetkellä ennen kaikkea Internet on muuttamassa median pelikenttää tavalla, jota kukaan ei suostu tarkkaan ennustamaan. Verkko tarjoaa uuden väylän perinteisille joukkoviestimille, jotka ovat siirtyneet monikanavaisuuteen. Samalla Internet tuo kentälle koko joukon uusia ja myös aiemmasta poikkeavia kilpailijoita.

Verkko tuo lukijan saataville lähes kaikki alueelliset, valtakunnalliset ja kansainväliset asemansa vakiinnuttaneet viestimet. Niiden rinnalla verkossa on läsnä myös kokonaan uusia uutisten tuottajia. Moni alkuperäinen tietolähde julkaisee aineistonsa netissä samaan aikaan kun se tulee tiedotustilaisuudessa toimittajien saataville. Verkko myös mahdollistaa esimerkiksi kansalaisjärjestöjen ja harrastajaryhmien pääsyn suuren yleisön ulottuville ilman välikäsiä.

Internet siis moninkertaistaa uutisten tarjonnan. Jos päivän uutiset ja muu kiinnostava, tuore tieto saadaan viestinten tai muiden tahojen verkkosivuilta ja sähköisiltä kanavilta, mikä rooli jää seuraavana päivänä ilmestyvälle painetulle sanomalehdelle? Vastauksia on monia. Perinteinen media taustoittaa, analysoi ja kommentoi uutistapahtumia. Se seuloo ja tarjoaa lukijalleen olennaisia pa-

loja verkon loputtoman runsaasta sisällöstä. Usein tässä yhteydessä mainitaan myös viihdyttäminen. Mutta onko viihdyttäminen sanomalehden tehtävä vai tekeekö sen joku muu paremmin? Niin tai näin, verkko haastaa arvostetut, mutta hitaat tiedon portinvartijat vähintäänkin tarkistamaan rooliaan.

Myös toimittajan tehtäväkuva on netin vuoksi murroksessa. **Monikanavaisuus** on tänään useimpien uutistoimitusten arkipäivää, sillä tiiviit, nopealuokuiset verkkouutiset houkuttavat myös paperilehden lukijan uutisten äärelle tuoreeltaan. Verkkotoimittaminen on eri taloissa järjestetty eri tavoin, mutta uutistoimitusten työmäärän kasvu ja **työtahdin kiristyminen** on tässä tilanteessa tosiasia. Netin vuoksi uutisen ulostuloajankohdat eivät enää riipu julkaisun painoaikataulusta tai uutislähetysten ajankohdasta, vaan ilmestymisaikojana on vuorokauden mittaan entistä useampia. Myös **yhteydenpito yleisöön** ja yleisön kesken on lisääntynyt ja saanut uusia muotoja. Lukijakunta voi vaihtaa mielipiteitä keskenään entistä helpommin. Keskustelupalstoilla ja blogeissa yhteydenpito on suurempaa ja nopeatempoisempaa kuin ennen, sillä yleisönosastoon kirjoittamisen ja julkisen keskustelun kynnyks on tuntuvasti matalampi kuin aiemmin.

Internet on perinteisille viestimille kriisi. Se on sekä mahdollisuus että uhka, joka vaikuttaa niin toimintatapoihin, sisältöihin kuin kilpailuasetelmaankin. Kyse on sekä yleisön huomiosta että ilmoittajien euroista. Myös perinteisesti ilmoitustuloille taloutensa rakentaneen median on pyrittävä pääsemään kasvaville Internet-ilmoittelun markkinoille. Verkkomainonta kasvaa, kun mainosbudjetteja karsitaan sanomalehtien, radion, painettujen hakemistojen ja sponsoroinnin osalta (Mainosbarometri, ks. esim. Taloussanomien verkkosivujen uutinen 17.1.2007 ”Mainostajat lisäävät verkkomainontaa”).

Kustannuspaineet – kaupallistumispaineet

Kun taistelu yleisöstä ja ilmoitusmarkoista yhä käy kuumana, tulosvaatimukset kasvavat, viestintämaisema sekä toimintatavat muuttuvat, on kysyttävä, näkyykö kaikki tämä uutisviestimien sisällössä – ja jos näkyy, niin miten? Millä tavoin uutismedia varmistaa omien lukijoidensa kiinnostuksen ja yleisönsä säilymisen kasvavilla ja kannattavilla mediamarkkinoilla?

Kilpailun ja tulosvaatimusten kiristymisen epäillään usein tuottavan paineita sisällön viihteellistämiseen, millä viitataan sekä aiheisällön että käsittelytavan keventymiseen ja pinnallistumiseen. Toisaalta voi ajatella, että perinteinen media saa muuttuneessa kilpailutilanteessa mahdollisuuden syvällisyyteen ja korkeatasoiseen journalismiin keskittyessään aiempaa enemmän jo julkaistujen uutisten taustoittamiseen.

Taistelussa kustannuksia vastaan lehdet ovat lisänneet yhteistyötään. Merkitseekö yhteistyö sisältöjen omintakeisuuden vähentymistä ja samanlaisuuden lisääntymistä vai jotain päinvastaista: laadun kohoamista ja sisällön monipuolistumista, kun yhteistyö voi käytännössä tarkoittaa esimerkiksi kahden lehden yhteisen juttupankin muodostamista? Juttupankin ansiosta sivuja kokoavalla toimittajalla on käytettävissään laajempi juttuvalikoima, josta valita omaa lukijakuntaa koskettavia aiheita. Yksi vastaus kilpailuun voi myös olla entistä arkisempien, lukijakuntaa lähellä olevien aiheiden nostaminen etusivuille, jotka aiemmin ovat olleet ennen kaikkea kovien uutisten reviiiriä. Aika näyttää, seuraako tarjonnaltaan aiempaa runsaampien etusivujen arkisista aiheista vähitellen uutiskäsityksen avartuminen.

Tutkijoiden huolena joukkoviestinnän viihteellistyminen on ollut pitkään. He nimittävät ilmiötä tabloidisaatioksi (Fairclough 1997). Brittein saarilla huoli on ollut erityisen suuri sen vuoksi, että maan lehdistön kilpailutilanne on lehtiomistusten vaihtumisen myötä muuttunut ja levikistä suuri osa on irtonumeromyyntiä. Sikäläisissä selvityksissä on todettu, että lehdistö kirjoittaa aiempaa enemmän skandaaleista. Aiemmin niitä oli 3–5 vuodessa, mutta 1990-luvulla niiden määrä nousi noin 15 tapaukseen vuodessa (Fairclough). Voi olettaa, että politiikkaan liittyvän skandaalijournalismin lisääntymisessä on kyse muutoksesta pikemminkin lehdistön kiinnostuksessa ja painotuksissa kuin muutoksesta politiikan ja poliitikkojen toimintatavoissa. Ylipäätään median kiinnostus poliitikkojen yksityiselämää kohtaan näyttää kasvaneen. Median sisällöissä onkin toistuvasti nähty jännitteitä 1) informaation ja viihteen sekä 2) julkisen ja yksityisen välillä (esim. Journalismikritiikin vuosikirja 2006, Erkki Karvosen, Laura Kososen ja Maija-Riitta Ollilan artikkelit tai Reetta Meriläisen kolumni ”Dinosaurius kärkkyy lammikossa”, Helsingin Sanomat 24.3.2007).

Tunteisiin vetoava journalismi puhuttaa myös yleisöä. Vuonna 2005 ärsyyntyneet lukijat kantelivat Julkisen sanan neuvostolle ja Mainonnan eettiselle neuvostolle iltapäivälehden lööppiteksteistä, joiden he kokivat loukkaavan lasten oikeutta kasvaa turvallisessa ympäristössä. Otsikot koskivat vanhempien lapsiinsa kohdistamaa väkivaltaa.

Uutisten otsikoista ja tyyleistä keskustellaan luonnollisesti ennen kaikkea uutistoimituksissa. Vaikka viihteellisuuden katsotaan olevan eritoten iltapäivälehtien tontilla, muutkin tiedotusvälineet, osastot ja uutislähetykset voivat hyödyntää kepeitä aiheita. Juttuaihe saattaa ponkaista pintaan aikakauslehden haastattelussa, jonka yksityiskohdan iltapäivälehti hyödyntää raflaavalla otsikolla höystettynä. Tästä on esimerkki lokakuun ensimmäiseltä viikolta 2006. Iltapäivälehden kannesta uutinen Olli Saarelan uhittelusta valtiovarainministeri Eero Heinäluomalle kulki nopeasti sähköiseen median kautta läpi koko uu-

tismediakentän. Lokakuun otsikoiden perusteella syntyi mielikuva alkamassa olevasta nyrkkitappelusta, vaikka Saarela oli kertonut Image-lehdelle tunnelmistaan kesän budjettineuvottelujen aikana.

Iltapäivälehdien etusivun räväkkä otsikkoaihe läpäisi siis koko uutiskentän ja asiasta riitti ruodittavaa uutismedialle kautta Suomen usean päivän ajan. Tapah- tumaketju osoitti, että jännite asian ja viihteen välillä ei aina kulje viestintyyppien välillä, vaan se voi kulkea niiden sisälläkin. Tämän jälkeen on nähty, miten esimerkiksi Helsingin Sanomien ja Yleisradion toimittajat käyvät tilaisuudessa, jossa julkaistaan pääministerin entisen seurustelukumppanin romanssimuis- telmat, tai ainakin muistelmakirjan kannet. Tabloidisaatiosta voi olla kyse silloinkin, kun iltapäivälehdien toimittaja kouluttaa maakunnan sanomalehden toimitussihteereitä irtonumeromyyntiä palvelevien lööppien kirjoittamisessa. Ylipäätään juttujen käsittelyportaan valtuudet muokata jutun otsikkoa ja kär- keä ovat kasvaneet. Käytännössä tilanne on se, että keskustelut ja kädenväänöt otsikoiden ja juttujen kirjoitustyyleistä ovat uutistoimituksissa jokapäiväisiä.

Uutistystötä voi myös tarkastella toimittaja Eeva Mäntymäen tiedotusopin väi- töskirjan tuloksia vasten. Mäntymäki nostaa mielenkiintoisesti esiin kaksi ta- paa puhua Yleisradiosta, joissa julkisen palvelun Yleisradion tehtävä nähdään hyvin eri tavoin. Ensimmäinen näkee Ylen tehtäväksi kansalaisuuden rakenta- misen, jolloin sen tulee antaa yleisölle välineitä ja aineksia, jotta yleisön jäsenet voisivat toimia yhteiskunnassa täysivaltaisesti. Toinen puhetapa käsittelee ylei- söä kuluttajina. Se kysyy, mitä yleisö tahtoo, ja sen mukaan radion pitää tuottaa yleisön haluamia ohjelmatuotteita (Mäntymäki 2006).

Palveleeko joukkoviestintä keskustelemaa demokratiaa vai onko tähtäimessä yleisön viihdyttäminen – tässä on yksi selvä rajankäynti mediassa. Jos yleisöä kohdellaan kuluttajina, joille median tehtävä on tuottaa viihdyttäviä sisältöjä, media tulee aiemmin viitatun Fairclough'n mukaan osallistuneeksi kulutus- kulttuurin luonnollistamiseen.

George Gerbner on kuvannut tällaista median ja muun yhteiskunnan yh- teisvaikutusta kultivaatioteoriassaan. Siinä ajatuksena on, että viestimet kulti- voivat, viljelevät, tietyn kulttuurin asenteita ja arvoja. Viestimet eivät itse luo näitä arvoja, mutta rakentaessaan juttunsa toistuvasti niiden varaan ne ylläpitä- vät yhteisön käsityksiä siitä, millainen maailma on ja mikä siinä on olennaista. Gerbner on tutkimuksissaan selvittänyt mm. väkivallan määrää ja eri ihmis- ryhmien esiintymistä mediasisällöissä.

2.2. Ilmiöistä indikaattoreiksi

Tässä tutkimuksessa kehitetyt sisällönanalyysin muuttujat ovat indikaattoreita, joilla pyritään antamaan viitteitä uutismedian ja sen sisältöjen kehityksestä. Indikaattorit on rakennettu niin, että ne mahdollisimman hyvin liittyisivät mediasta ja sen sisällöistä käytyyn keskusteluun. Indikaattoreiden tuottamat tulokset tulevat mielekkäiksi erityisesti sitten, kun toistuvat havaintokerrat tekevät mahdolliseksi trendien havaitsemisen. Mediatrendit ovat vähän kuin ilmastomuutos, jossa vasta pitkän aikajakson havainnot kertovat mahdollisesta muutoksesta. Yksittäisistä havainnoista ja lyhyen jakson vaihteluista muutosta ei välttämättä voi päätellä.

Aiheiden näkyvyyttä selvitetään luokittelemalla sanomalehtien etusivuilta vinkattu uutisaineisto sekä sähköisistä viestimistä valitut uutislähettykset¹ mahdollisimman kattavasti eri aihealuokkiin. Luokitus tuo esiin eroja erityyppisten viestinten kesken, ja ajallisessa seurannassa luokitus kertoo, ovatko esimerkiksi koulutus, maanpuolustus, liikenne, työmarkkinat tai urheilu lisänneet vai menettäneet osuuttaan.

Alueiden näkyvyyttä mitataan erittelemällä kustakin jutusta käsittelee se aiheitaan paikallisesti, valtakunnallisesti vai kansainvälisesti vai yhdistyykö siinä paikallinen ja kansainvälinen näkökulma.

Eri yhteiskuntaryhmien näkyvyyttä tutkitaan luokittelemalla kustakin jutusta, mikä on jutussa keskeisimmän esiintyvän tahon eli päätoimijan taustayhteisö eli viiteryhmä. Muuttuja kertoo siitä, mitkä tahot saavat huomiota osakseen, keiden näkökulmista aiheita tarkastellaan tai ketkä todennäköisesti pääsevät määrittelemään aiheita ja asioita. Indikaattori mittaa näin myös sitä, missä määrin eri ryhmillä on julkista vaikutusvaltaa.

Taustayhteisön ohella myös sukupuoli on olennainen näkökulma julkisuuden agenda ja määrittelyvaltaa koskeviin kysymyksiin. **Sukupuolten** näkyvyyttä seurataan yhtäältä luokittelemalla jutun päätoimijat miehiksi ja naisiksi sekä erittelemällä esiintyykö jutun kuvituksessa vain naisia, miehiä vai molempia. Edelleen tutkimuksessa vertaillaan mies- ja naispäätoimijoiden esittämisen tapoja: missä määrin jutuissa tuodaan esiin esimerkiksi miesten ja naisten ikä ja perhetilanne.

Median luoman viestintäympäristön kannalta keskeisiksi koettuja teemoja ovat **mediaväkivalta** ja **seksuaalisuus**. Näitä kumpaakin varten on oma ana-

1 Analyysin havaintoyksikön muodostaa sanomalehdissä etusivun juttu ja siinä vinkattu sisäisivujen aineisto yhdessä. Sähköisistä viestimistä aineistoon on otettu uutislähettyksen kaikki jutut. Jatkossa analyysin havaintoyksikköä kutsutaan yksinkertaisuuden vuoksi vain jutuksi, vaikka kyse itse asiassa on tavallisesti usean samaa aiheita käsittelevän jutun kokonaisuudesta.

lyysimuuttujansa. Ne mittaavat sekä aiheiden esiintymisen määrää että niiden tarkempaa sisältöä. Näihin teemoihin liittyvissä trendeissä voi nähdä myös kaupallistumispainneiden vaikutusta.

Vielä suuremmin viestintän sisältöjen keventymiseen ja kaupallistumispainneisiin tartutaan indikaattoreilla, jotka mittaavat jutuista eräänlaisia viihteellisiä elementtejä. Kyse on **dramatisoivista esitystavoista**, jotka liioittelevat tai rakentavat skandaalia aiheen erityispiirteillä, esimerkiksi onnettomuuden uhalla, jonkin asian vaarallisuudella tai henkilön tai teon julmuudella. Edelleen dramatisoivissa esitystavoissa voi olla kyse aiheen voimakkaasta henkilöimisestä tai erotisoinnista. Dramatisoivia esitystapoja luotaavan indikaattorin voi ajatella mittaavan myös sitä, missä määrin jutussa vedotaan lukijan järjen sijaan tai sen ohella lukijan tunteisiin.

Median suhdetta kulttuurin **kulutuskeskisyyteen** mitataan kahdella muuttujalla. Yhtäältä aineistosta lasketaan niiden juttujen osuus, joissa yleisöä selvästi puhutellaan kuluttajana. Näin tehdään muun muassa jutuissa, joissa testataan uusia tuotteita tai esitellään kuluttamiseen liittyviä elämäntyynejä. Kulutuskeskeisiä ovat usein matkailusta, autoista, sisustamisesta ja muodista kertovat jutut. Toiseksi kulutuskeskeisyyttä mittaavaksi indikaattoriksi valittiin tuotemerkkien esiintyminen juttujen kuvituksessa. Tämä indikaattori kytkeytyy myös tekstimainontaa koskevaan keskusteluun.

Yllä kuvattuja indikaattoreita tiukemmin journalististen työtapojen kehitykseen liittyvät uutisyksimielisyyttä ja lähteiden määrää koskevat muuttujat. **Jutuista havaittavien lähteiden määrän** avulla pyritään kuvaamaan aiheen käsittelyn perusteellisuutta ja moninäkökulmaisuuutta. Tietenkään havaittavien lähteiden määrä ei kerro tästä koko totuutta, mutta sen on kuitenkin katsottu antavan viitteitä juttuihin käytetystä työmäärästä. Eri tiedotusvälineiden **uutisyksimielisyyttä** puolestaan mitataan laskemalla, kuinka monta eri pääuutisaihetta otokseen valituilla viestimillä on kunakin päivänä. Uutisyksimielisyyden on suurin silloin, kun kaikki viestimet ovat valinneet pääuutisaihetta saman aiheen. Vastaavasti yksimielisyyden on pienin silloin, kun jokaisella viestimellä on eri aihe pääuutisaihetta. Uutisyksimielisyyttä on mahdollista tarkastella suhteessa viestintän väliseen kilpailutilanteeseen. Toiseksi indikaattori kertoo yleisemminkin viestintäkentän uutisarvostusten yhtenäisyydestä tai moninaisuudesta.

3. Uutismedian sisältö vuonna 2006

3.1. Aineisto ja työvaiheet

Selvityksessä käsitelty uutisaineisto on poimittu kymmenestä sanomalehdestä sekä neljästä sähköisestä välineestä. Lehdistä mukana on kuusi aamulehteä (Aamulehti, Helsingin Sanomat, Ilkka, Kaleva, Savon Sanomat ja Turun Sanomat), kuusi kertaa viikossa ilmestyvät iltapäivälehdet (Iltalehti ja Ilta-Sanomat) sekä viidesti viikossa ilmestyvät ilmaisjakelulehdet Metro ja Uutislehti 100. Sähköisistä välineistä otokseen sisältyvät Yleisradion Päivän peili, lähetyssaika kello 17, Radio Novan kello 17 uutiset, Yleisradion tv-uutisten päälähetys kello 20.30 sekä MTV3:n Kymmenen Uutiset.

Aineiston valinnalla pyritään mahdollisimman kattavaan kuvaan suomalaisesta valtavirran uutistarjonnasta. Talouslehdet ja puoluelehdet on jätetty pois, koska tarkoituksena on kuvata nimenomaan uutistarjonnan valtavirtaa.

Ajallisesti aineistoon kuuluu seitsemän päivän otos vuodelta 2006, sekä vastaavilta ajankohdilta valittu pienempi otos vuodelta 1996. Vuoden 2006 aineistoon valittiin yksi numero ja yksi lähetys kultakin viikonpäivältä. Kerääminen aloitettiin lokakuun ensimmäiseltä viikolta ja sitä jatkettiin viikoittain, kunnes seitsemän päivän otos oli täysi. Sähköisten välineiden ja lehtien otospäivät seuraavat aineistossa toisiaan: otoksen lehdet on otettu aina sähköisten välineiden lähetyksiä seuraavalta päivältä. Otospäivät ja niiden pääuutisotsikot on esitetty liitteessä 2. Jakson keskeisiä uutistapahtumia olivat mm. Finnairin lakko, eduskunnan hedelmöityshoitolakipäätös ja toimittaja Anna Politkovskajan murha.

Lehtien osalta analysoitu juttumateriaali koostuu etusivulla olleista jutuista tai juttuvinkeistä sekä kaikista niistä jutuista, joihin kukin etusivun juttu tai juttuvinkki viittaa. Havaintoyksikkö suoritettussa sisällönanalyyysissä ei lehtien osalta niin muodoin ole yksittäinen juttu, vaan etusivun jutusta tai juttuvinkeistä ja siihen liittyvistä jutuista koostuva jutturyppäs. Jutturyppäisiin sisältyvät kuvat, piirroksot ja graafiset esitykset on otettu selvityksessä huomioon. En-

sinnäkin niiden lukumäärät on laskettu. Toiseksi kaikki kuvat ja piirrookset on yhdistetty yhdeksi havaintoyksiköksi, kuvaryppääksi, ja niistä on tutkittu esiintyvien henkilöiden sukupuoli.

Sähköisten välineiden uutislähetysten koko juttumäärä ja lehtien etusivujen sisältämien juttujen määrät vastaavat karkeasti ottaen toisiaan. Siksi aineistoon sisältyvät radio- ja televisiouutiset on koodattu kokonaisuudessaan juttu kerallaan. Otsikkojuttu ja myöhempi lähetyksessä seurannut juttu on ymmärretty yhdeksi jutuksi. Television kuvallista aineistoa ei ole analysoitu muuten kuin laskemalla siitä tuotemerkkien määrä.

Vuodelta 1996 mukana ovat Aamulehti, Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat. Näin syntyi aineisto, johon vuodelta 2006 kertyi 1199 juttua ja 213 juttua vuodelta 1996. Siten tutkimuksen koko aineisto on yhteensä 1412 juttua (tai jutturyppästä). Vuoden 1996 ja vastaava vuoden 2006 vertailuaineisto on varsin suppea, lähinnä esimerkinomainen.

Viestinryhmittäin vuoden 2006 aineisto jakautui taulukon 1 esittämällä tavalla. Vuodelta 1996 kerätyn vertailuaineiston sekä niihin verrattujen lehtien jakauma vuodelta 2006 esitetään taulukossa 2.

Taulukko 1. Aineisto vuodelta 2006

Välineryhmä	Lukumäärä	%
Aamulehdet	704	59
Ilta- ja päivälehdet	77	6
Ilmajakelulehdet	110	9
Radio	127	11
Televisio	181	15
Yht.	1199	100

Taulukko 2. Ajallisesti vertailtavien lehtien aineistomäärät

	1996		2006	
	Lkm	%	Lkm	%
Aamulehti	84	39	143	40
Helsingin Sanomat	72	34	181	50
Ilta-Sanomat	57	27	37	10
Yht.	213	100	361	100

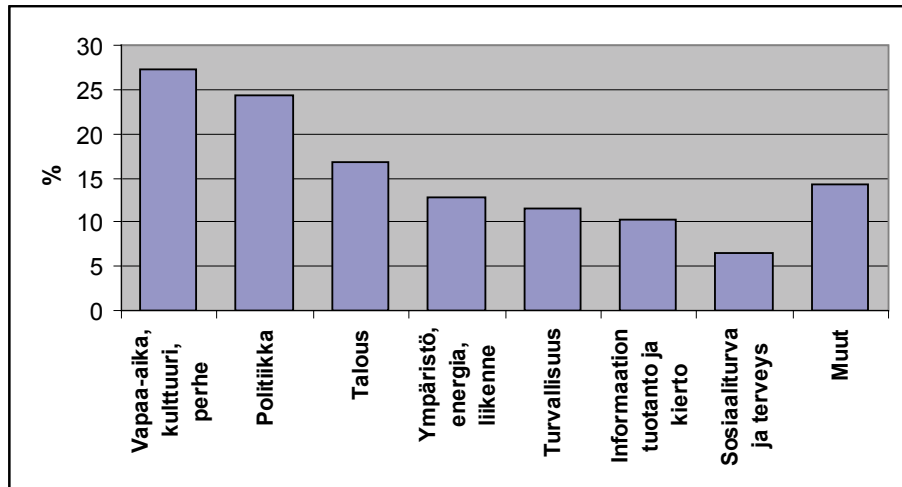
3.2. Aiheet ja aihepiirit

3.2.1. Vapaa-ajan aiheet ovat näyttävästi esillä etusivulla

Uutisjournalismin aihearvotuksia ja syksyn 2006 julkisuuden agenda selvitetiin luokittelemalla jutut niiden aihepiirin mukaan vähintään yhteen ja enintään kahteen aihealaluokkaan². Nämä kaikkiaan 154 alaluokkaa ryhmiteltiin ensin 32 aihealaluokkaan ja sitten kahdeksaan yleisempään aihepiiriin. Käytetty koodausrunko esitetään kokonaisuudessaan liitteessä 1.

Kuviossa 1 esitetyn aihepiiri-jakautumisen taustalla on yhtäältä journalismin oma tapa järjestää sisältötarjontansa eri osastoihin ja toisaalta yhteiskunnan yleisempi jakautuminen eri sektoreihin.

Kuvio 1. Aihepiirit vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Vapaa-aika ja politiikka ovat selvästi kaksi suurinta aihepiiriä. Niitä kumpaakin käsitellään noin neljänneksessä jutuista. Talous on kolmanneksi suurin, ja sen osuus on vajaa viidennes. Muiden aihepiirien osuus jää selvästi tätä kolmen kärkeä pienemmäksi. Sosiaaliturvaa ja terveyttä käsitellään aihepiireistä vähiten, noin 7 prosentissa jutuista.

Vapaa-ajaksi, kulttuuriksi ja perheeksi nimetyn aihepiirin suuren osuuden taustalla on ennen muuta kaksi yksittäistä aihealaluokkaa: kulttuuri ja viihde (11 %) sekä urheilu (8 %).

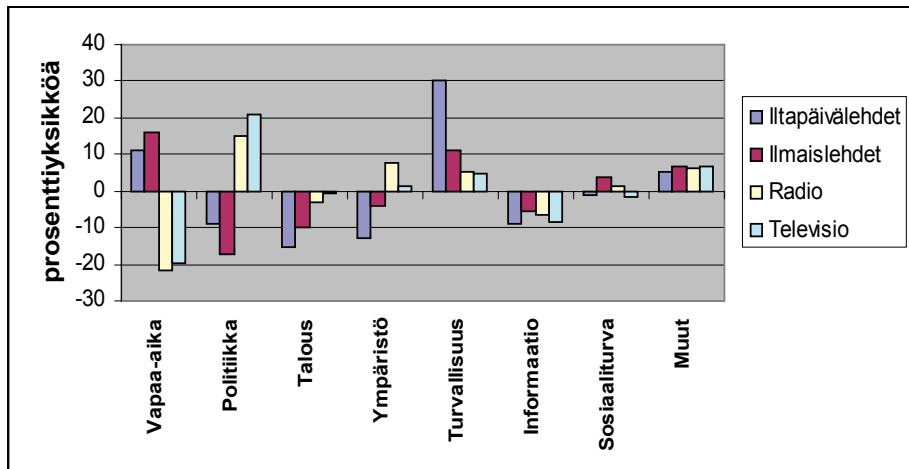
2 Tästä syystä aihealulukien suhteellisten osuuksien summa ei ole 100 %. Koska kukin juttu voidaan periaatteessa koodata kahteen aihealuluokkaan, on suhteellisten osuuksien summa minimissään 100 % ja maksimissaan 200 %.

Taulukko 3. Aihepiirit vuoden 2006 aineistossa viestinyhmittäin

	Aamul.	Iltap.l.	Ilmaisl.	Radio	Televisio	Yht. %	Yht
Vapaa-aika, kulttuuri ja viihde, perhe	30	42	46	9	10	27	326
Kulttuuri ja viihde	12	12	22	2	5	11	127
Urheilu	9	14	15	2	0	8	92
Perhe ja parisuhde	2	13	4	4	4	4	43
Kotitalous, ruoka ja kuluttaminen	5	3	4	0	1	3	39
Harrasteet ja vapaa-aika	3	0	2	2	1	2	27
Politiikka	22	13	5	37	43	24	292
Kansainvälinen politiikka ja diplomatia	6	1	2	16	13	7	86
Ulkomaat ja ulkomaiden politiikka	7	0	0	11	13	7	85
Puolue- ja valtakunnanpolitiikka	4	10	3	10	12	6	74
Kunnallispolitiikka ja aluehallinto	4	0	0	0	1	3	31
Suomen ulkopoliittika	1	1	0	0	3	1	16
Talous	19	4	9	16	18	17	200
Yritystalous, liiketoiminta	10	0	4	8	12	9	104
Työmarkkinat, työelämä	5	1	4	4	4	4	50
Maa- ja metsätalous	3	3	1	1	1	2	24
Talouspolitiikka	2	0	1	3	1	2	22
Ympäristö, energia, liikenne	13	0	9	20	14	13	153
Liikenne	6	0	6	10	8	7	79
Ympäristökysymykset	4	0	2	4	1	3	38
Energia	2	0	1	6	6	3	36
Turvallisuus	7	38	18	13	12	12	138
Rikos ja rangaistus	4	25	10	7	6	6	77
Onnettomuudet ja pelastustoimi	2	12	6	2	4	4	42
Ulkoisen turvallisuus ja maanpuolustus	1	1	2	4	2	2	19
Informaation tuotanto ja kierto	13	4	7	6	4	10	122
Joukkotiedotus	4	3	4	1	2	3	38
Koulutus	3	0	2	1	2	3	30
Historia	2	1	1	3	1	2	25
Tiede, tutkimus ja tekniikka	2	0	0	1	0	1	14
Uskonto ja elämäkatsomus	2	0	1	1	0	1	13
Sosiaaliturva ja terveys	6	5	10	8	5	7	79
Terveys ja sairaus	5	3	6	2	2	4	49
Alkoholi ja huumeet	1	3	4	3	2	2	20
Sosiaaliturva	1	0	0	2	1	1	10
Muut	12	17	18	18	18	14	171
Sää	4	3	7	13	12	7	78
Muu aihe	5	13	9	4	3	6	66
Asuminen	2	0	2	0	2	1	17
Kansalliset ja kulttuuriset vähemmistöt	1	1	0	1	1	1	10
Yht.	704	77	110	127	181		1199

Taulukko 3 tuo ilmi joitain viestinryhmien ominaispiirteitä: iltapäivälehti- en suosikkiaineistoa ovat rikoksiin liittyvät aiheet ja moni muukin aihealue (urheilu, perhe ja parisuhde, muut aiheet) ohittaa niiden etusivuilla kulttuurin ja viihteen. Lähes kliinisen puhtaita iltapäivälehdet taas ovat taloudesta. Ilmais- jakelulehtien profiili muistuttaa iltapäivälehtiä. Niissä tosin kulttuuri ja viihde on suurin aihealue, mutta tämä tarkoittaa ennen muuta populaärimusiikkia ja tv-viihdettä. Radion ja television uutisointia taas hallitsee politiikka. Havain- nollisimmin välineryhmiä voi ehkä vertailla vertaamalla muita viestinryhmiä aamulehtiin.

Kuvio 2. Viestinryhmien erot aamulehtiin verrattuna vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Iltapäivälehtien keskeiset piirteet aamulehtiin verrattuna ovat turvallisuutta koskevien aiheiden korostunut asema, viihteen ja vapaa-ajan (urheilu) saama suuri huomio sekä taloudellisen ja poliittisen aineiston vähäisyys.

Ilmaislehdissä korostuu aamulehtiin verrattuna niin ikään viihteen ja vapaa-ajan (urheilu) sekä turvallisuuden osuus niiden suorastaan karttaessa politiikkaa. On jotenkin intuitiivisesti ymmärrettävää, että kansainvälistä poliittista elämää nämä lehdet eivät seuraa, mutta yllättävämpää on, että niiden etusivuil- la ei myöskään juuri käsitellä enempää kunnallista kuin valtakunnallistakaan politiikkaa.

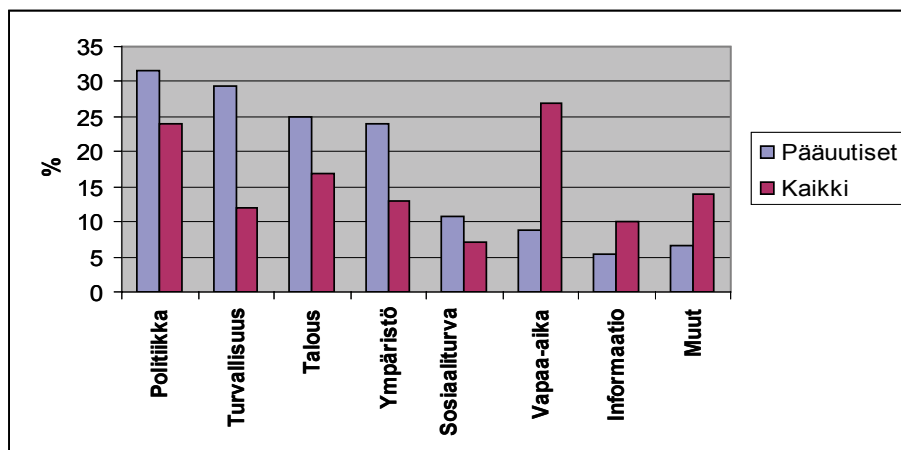
Radio ja televisio taas ovat leimallisesti politiikan uutisoinnin välineitä. Viihteen, kulttuurin ja vapaa-ajan osuus on niissä lähes olematon. Tämä tosin johtuu osaltaan siitä, että radiossa ja televisiossa urheilu ei ole mukana uutislä- hetyksissä, vaan sille on omat lähetyksensä.

Aamulehtien erityispiirteinä ovat runsas taloutta koskeva uutisointi sekä informaation tuotantoon ja kiertoon – siis tieteeseen ja tutkimukseen, koulutukseen sekä joukkotiedotukseen – liittyvät jutut.

3.2.2. Poliittikka ja turvallisuus hallitsevat pääuutisia

Kustakin välineestä ja kultakin päivältä määriteltiin pääuutinen. Lehdissä pääuutiseksi katsottiin näyttävimmän otsikoitu etusivun juttu, sähköisissä välineissä taas ensimmäinen esitetty uutinen. Niitä kertyi vuoden 2006 aineistoon 92 kappaletta. Niiden jakauma ja suhde koko aineistoon käy ilmi kuviosta 3.

Kuvio 3. Pääuutisten aihepiirit 2006 verrattuna koko aineiston aihepiireihin



Pääuutisten yleisilme on jokseenkin odotettu. Pääuutisten aiheita hallitsevat politiikka (31 %) ja turvallisuusaiheet (29 %), kun taas vapaa-aikaan ja viihteeseen (9 %) liittyvät aiheet ovat huomattavasti vähemmän esillä kuin aineistossa kaikkiaan. Poliittikka korostuu erityisesti sähköisten välineiden pääuutisissa. Radiossa yli kolmannes (36 %) ja televisiossa kaksi kolmannesta (64 %) pääuutisista käsitteli politiikkaa. Talous taas kukoistaa aamulehdissä, 38 prosenttia niiden pääuutisista kosketti taloutta.

Toki on niin, että koko aineisto ja pääuutiset eivät ole homogeenisiä aineistoja sikäli, että iltapäivälehtien paino pääuutisissa on kaksinkertainen suhteessa niiden painoon koko aineistossa. Myös radiouutiset 'painavat' pääuutisissa puolitoistakertaisesti sen, mikä on niiden osuus koko aineistossa.

Turvallisuusaiheiden suuri osuus pääuutisissa johtuu osittain iltapäivä- ja ilmaislehtien rikosuutisista ja iltapäivälehtien pääuutisten joukossa saamasta 'ylipainosta' (yli puolet turvallisuuteen kuuluvista 27 pääuutisesta oli rikosuuti-

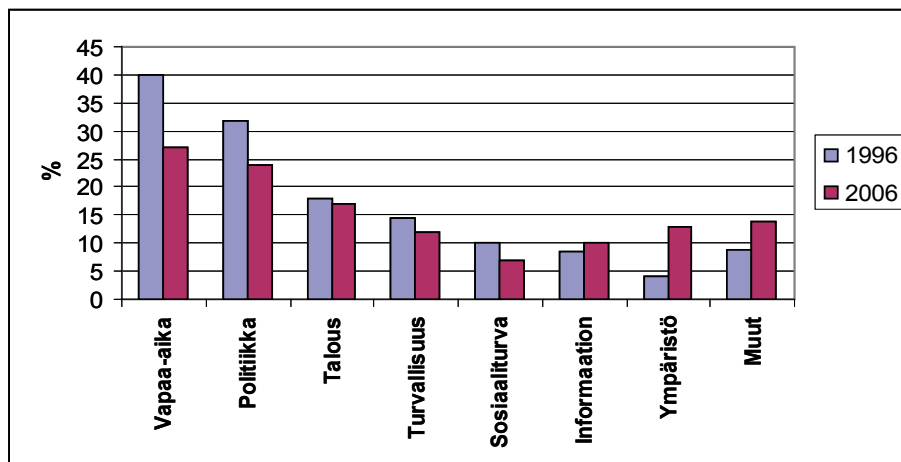
sia, niitä nostivat esiin lähes yksinomaan iltapäivä- ja ilmaisjakelulehdet). Mutta vaikka iltapäivälehtien osuus neutraloitaisiin tai ne poistettaisiin aineistosta, olisi turvallisuuden osuus pääuutisten joukossa edelleen kymmenkunta prosenttiyksikköä suurempi kuin koko aineistossa. Todettakoon vielä, että sähköisissä välineissä turvallisuusaiheet ykkösuutiset koskivat yleensä puolustusvoimia, puolustuspoliittika tai muuta ulkoisen turvallisuuden aspektia.

Kaikkiaan pääuutisten aihejakauma painottuu muuta aineistoa enemmän politiikkaan ja julkiseen päätöksentekoon liittyviin aiheisiin, kun taas koko aineistossa yksityiseen elämänpäiriin liittyvät aiheet, kuten viihde, kulttuuri, urheilu painottuvat enemmän. Tosin omalla tavallaan yksityiseen elämänpäiriin ja yksittäisten ihmisten kokemuksiin liittyvät kuitenkin rikosuutiset, jotka ovat näkyvästi esillä iltapäivälehtien ja ilmaislehtien pääuutisissa.

3.2.3. Aamulehtien ja iltapäivälehtien aiheet kehittyvät eri suuntiin

Vuoden 2006 aihejakaumasta sinällään on mahdoton tehdä päätelmiä journalististen tai yhteiskunnallisten aihearvostusten kehityksestä. Vertailua varten koottiin vertailuaineistoksi Aamulehden, Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien sisältö seitsemän päivän ajalta vuodelta 1996 (vastaavilta viikoilta joilta vuoden 2006 aineisto on peräisin). Näin syntyi pieni 213 jutun vertailuaineisto, jota seuraavassa verrataan samojen lehtien sisältöön vuodelta 2006.

Ensimmäinen silmiinpistävä piirre vuoden 1996 aineistossa on juttujen vähyys vuoden 2006 lehtiin verrattuna. Vuonna 1996 Helsingin Sanomien etusivulla oli tyypillisesti kymmenkunta juttua. Kymmenen vuotta myöhemmin määrä oli yli kaksinkertainen. Aamulehdessä vuonna 1996 etusivulla olevien juttujen määrä oli alun toistakymmentä, vuosikymmentä myöhemmin se oli kasvanut pariinkymmeneen. Ilta-Sanomissa muutos on päinvastainen joskin pienempi: vuonna 1996 sen etusivulla juttuja oli kymmenkunta, vuosikymmentä myöhemmin niitä oli viidestä seitsemään. Aamulehtien etusivulle on siis tullut sähköisten välineiden sykettä ja rytmiä.

Kuvio 4. Aiheryhmät vertailuaineistoissa vuosina 1996 (N = 213) ja 2006 (N = 361)

Silmiinpistävimmit muutokset aihejakaumissa ovat vapaa-ajan ja politiikan aiheiden osuuden väheneminen sekä ympäristön, energian ja liikenteen aiheiden osuuden kasvu. Vapaa-ajan aiheiden osalta syynä on kulttuurin ja viihteen osuuden pieneneminen (samaa aihepiiriin kuuluvan urheilun osuus on samalla hienoisesti kasvanut). Sekä Aamulehden että Helsingin Sanomien etusivuilla kulttuurin ja viihteen suhteellinen osuus on laskenut viitisen prosenttiyksikköä. Koska otsikoiden kokonaismäärä on näissä lehdissä kaksinkertaistunut, ei kulttuuri- ja viihdeaiheiden lukumäärä kuitenkaan ole näissä lehdissä vähentynyt. Itse asiassa niitä oli 2006 jopa hieman enemmän kuin 1996.

Ilta-Sanomissa prosenttiyksikköjen muutokset heijastelevat myös olennaisia määrällisiä muutoksia. Vuonna 1996 kulttuuri ja viihde oli aiheiluokista suurin (26 % etusivun jutusta). Sitten se on menettänyt osuuttaan 15 prosenttiyksikköä ja lehden etusivulta on alkanut hehkua rikos. Vuoden 2006 selvästi suurimman ryhmän muodostivat tavalla tai toisella rikoksia koskettelevat jutut. Vanhoista etusivun uutisaiheista vain perhe- ja parisuhdejutut pitävät pintansa, urheilunkin osuus laskee. Etusivu pelkistyy rikoksiksi, onnettomuuksiksi ja parisuhdejutuiksi.

Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa kulttuurin ja viihteen absoluuttinen määrä on siis kasvanut, Ilta-Sanomissa tuon aiheiluokan määrä on pienentynyt – toinen asia tietysti on, että iltapäivälehti voi aiheiluokasta riippumatta tehdä kaikista viihdettä. On myös mahdollista, että aiheiluokan sisäinen koostumus on muuttunut. Vuoden 1996 aineistossa populaarimusiikin ja tv-viihteen osuus oli vajaa viisitoista prosenttia kaikista kulttuurin ja viihteen piiriin koodatuista jutuista, vuoden 2006 aineistossa vastaava osuus oli selvästi yli neljänneksen.

Toinen huomattava seikka on poliittisen aineiston osuuden väheneminen niin ikään kymmenkunta prosenttiyksikköä. Aamulehtien osalta on jälleen todettava, ettei aihepiirin liittyvien juttujen määrä ole vähentynyt, siitä kirjoitetaan vuonna 2006 lukumääräisesti enemmän juttuja kuin 1996. Sen sijaan Ilta-Sanomissa on tapahtunut käänne absoluuttisinkin frekvenssein mitattuna: politiikkaa koskevia uutisia on Ilta-Sanomien etusivulla 2006 yksinkertaisesti vähemmän kuin vuosikymmen aiemmin, ulkomaanpolitiikkaa koskevia ei ole enää lainkaan.

Ympäristöä, energiaa ja liikennettä koskevista aiheista osuuttaan on kasvat-
tanut eniten liikenne. Vuoden 1996 aineistossa ei Helsingin Sanomissa ole lain-
kaan liikennettä koskevia juttuja ja Aamulehdessäkin vain pari. Vuonna 2006
niitä on Helsingin Sanomissa toistakymmentä ja Aamulehdessä 10. Keskeisiä
syitä ovat otosajankohtaan osunut Finnairin lakko sekä samoin yhtä otospäivää
edeltänyt myrsky, joka sekoitti liikenteen. Toki seassa on myös pari liikennepoli-
tiikkaa käsittelevää juttua, joiden olemassaolo voi hyvin heijastella kasvanutta
mielenkiintoa tähän aihealueeseen. Energiaa käsitteleviä juttuja ei vuoden 1996
aineistossa ollut ainuttakaan. Vuonna 2006 niitä on Aamulehdessä ja Helsingin
Sanomissa kolme kummassakin. Ympäristökysymyksiä käsittelevien juttujen
osuus on pysynyt molemmissa lehdissä kutakuinkin samana (3 %–4 %). Ilta-Sa-
nomat puolestaan ei käsitellyt etusivullaan enempää ympäristöä, energiaa kuin
liikennettäkin kumpanakaan tarkasteluvuonna. Näihin luokkiin sijoittuu ai-
noastaan yksi Ilta-Sanomien ympäristöjuttu vuodelta 1996.

Ympäristön, energian ja liikenteen muodostaman aihepiirin kasvanut osuus
aineistossa näyttäisi siis johtuvan pikemminkin muista syistä (Finnairin lakko,
myrsky) kuin journalistisen huomion aiempaa keskittyneemmästä kääntymi-
sestä ympäristöongelmiin – mutta mahdollisesti osin tästäkin syystä.

Ehkä omalla tavallaan noteerattavaa on myös sosiaaliturvan ja terveyden
osuuden pieneneminen. Terveydestä ja sairaudesta kyllä kirjoitetaan siinä
missä ennenkin. Sen sijaan sosiaaliturva on hiipunut etusivuilta. Vuoden 2006
aineistosta vain Helsingin Sanomien etusivulta löytyy pari aihealueeseen kuu-
luvaa juttua. Kymmentä vuotta aiemmassa ja paljon pienemmässä aineistossa
niitä on kummankin aamulehden etusivulla, Helsingin Sanomissa neljä ja Aa-
mulehdessä kaksi. Lopuksi voi todeta, että informaation tuotantoon ja kiertoon
sisältyvät aihealueet (joukkotiedotus, koulutus, historia, tiede ja tutkimus sekä
uskonto) ovat kaikki vuoden 2006 aineistossa nostaneet suhteellista osuuttaan
prosenttiyksikön verran.

Kaikkiaan aamulehtien etusivun juttumäärä siis kasvaa. Siitä osaksi seuraa
sellaisten suurten aihealueiden kuin kulttuurin ja viihteen, politiikan sekä ta-
louden suhteellisten osuuksien pieneneminen, vaikkakaan niiden absoluutti-

nen määrä ei pienene. Tilaa vastaavasti vuoden 2006 aineistossa ovat saaneet ympäristöä, energiaa ja (etenkin) liikennettä koskevat jutut. Myös tavalla tai toisella informaation tuotantoon ja kiertoon liittyvien juttujen osuus on kasvanut. Sosiaaliturvaa koskevat jutut ovat sen sijaan aamulehdissä olleet hupenemaan päin.

Ilta-Sanomien osalta muutos on kuitenkin päinvastainen. Juttumäärä vähennee ja sen etusivu pelkistyy kohti rikos- ja onnettomuus uutisointia sekä parisuhteiden solmimista ja purkautumista. Aamulehtien ja iltapäivälehtien etusivujen ilmeet kehittyvät siis hyvin eri suuntiin.

3.3. Uutisvalintojen yhdenmukaisuus: pääuutiset

Miten viestinten keskinäisen kilpailun kiristyminen vaikuttaa uutisvalintoihin ja näkykö se niiden yhdenmukaisuudessa? Lisääntyykö vai vähentykö ominnakeisuus? Näihin kysymyksiin etsittiin vastausta vertaamalla eri uutisvälineiden pääuutisia kunakin päivänä.

Analyysiä varten rakennettiin kahdesta luvusta muodostuva indikaattori. Ensimmäinen luku kertoo kyseisen päivän tiedotusvälineiden ykkösuutisten määrän, toinen havainnoitujen tiedotusvälineiden määrään. Kun indikaattorin ensimmäinen luku on yksi, kaikilla välineillä on sama ykkösuutinen. Kun luku on yhtä suuri kuin tutkittavien lehtien määrä, jokaisella niistä on eri uutinen pääuutisena ja uutisyksimielisyys on alhaisimmillaan.

Viestinten määrä vaihtelee viikonpäivittäin 10 ja 14 välillä, sillä ilmaisjakelehdet ilmestyvät viitenä päivänä ja iltapäivälehdet kuutena päivänä viikossa. Muut viestimet ovat seitsenpäiväisiä.

Otoksessa on rinnastettu sähköisten välineiden iltauutislähettykset lehtien seuraavan päivän etusivuihin. Tämä otosajankohdan vaiheistus perustuu siihen, että lehden etusivun uutiset on valittu ilmestymispäivää edeltäneen illan materiaalista, samasta, josta myös illan sähköiset uutiset valitsevat aiheensa. Täten ne ovat keskenään vertailukelpoisia. Kaikki pääuutisten otsikot luettelaa liitteessä 2.

3.3.1. Kahdella kolmanneksella viestimistä on oma pääuutinen

Pääuutisten valinnoissa tiedotusvälineet osoittavat melkoista omintakeisuutta. Ykkösuutisten määrä on enimmillään 12 ja useimmiten 10:n tuntumassa sellaisina päivinä, kun ilmestyviä välineitä on täydet 14 kappaletta. Vain kerran ykkösuutisaiheiden määrä laskee alle puoleen viestinten määrästä.

Taulukko 4. Pääuutisvalinnat vuoden 2006 aineistossa

Päivämäärä	Ykkösuutiset lkm / uutisvälineet lkm
Maanantai 2.10.2006	12 / 14
Tiistai 7.11.2006	10 / 14
Keskiviikko 1.11.2006	9 / 14
Torstai 26.10.2006	11 / 14
Perjantai 20.10.2006	6 / 14
Lauantai 14.10.2006	6 / 12
Sunnuntai 8.10.2006	9 / 10
Yht.	63 / 92

Televisiokanavien uutisten mieltymykset osuivat kolmesti samaan pääuutisaiheeseen. Tällöin aiheet olivat Suomen Nato-jäsenyyden spekulointi, Anna Politkovskajan murha ja kolmantena Finnairin lakko, joka kimpussa oli moni muukin tiedotusväline. **Radiokanavien** kaksi samaa osumaa olivat Euroopan pimentänyt sähkökatkos ja Finnairin lakko.

Iltapäivälehtien kaksi yhteistä ykkösuutista olivat Idols-tähti Jani Wikholmin tappeluun joutuminen ja puoluesihteerin Jaskarin paritusepäily. Jälkimmäisen aiheen kannoilla olivat myös Ylen Päivän peili ja MTV3:n uutiset.

Ilmaisjakelulehdet olivat kolme kertaa samoilla apajilla eli yli puolet tutkituista numeroista sisälsi saman ykkösuutisen. Aiheet olivat Vermon ampumistapaus, Tallinkin pomojen toilailut ja vankien pako Hesperian sairaalasta

Aamulehdille yhteinen pääuutinen on harvinaisuus. Ne ovat uutisvalinnoiltaan omintakeisempia kuin muut välineryhmät. Vain kaksi kertaa sama uutisaihe otti pääuutisen paikan useammassa kuin yhdessä sanomalehdessä. Näissä tapauksissa sama uutinen kelpasi myös sähköisille viestimille.

Viestinryhmien rajan ylittävistä aiheista selvästi suosituin oli uutinen Finnairin lakosta (perjantai 20.10.2006). Siihen tarttui yhteensä yhdeksän tiedotusvälinettä: Turun Sanomia lukuun ottamatta kaikki tutkitut aamulehdet, molemmat radiokanavat ja molemmat tv-uutislähettykset. Eroja toki oli siinä, kerrottiin ko otsikossa sovintoneuvotteluista, AKT:n tukitoimista lakkoilijoille, lakon seurauksista matkustajille vai pohdittiin ko lakon laillisuutta. Toinen rajojen ylittäjä oli eteläistä Suomea kiusannut lumimyrsky, joka sekoitti liikenteen perinpohjin. Samana päivänä useat viestimet uutisoivat myös, että alkoholi vie työikäisten miesten hengen useammin kuin vanha kansansairaus sepelvaltimotauti.

Pääuutisten valinnassa iltapäivälehdet ja ilmaisjakelulehdet muistuttavat jossain määrin toisiaan ja eroavat muista viestinryhmistä. Muiden uutisoidessa lo-

kakuussa lentolakkoa iltapäivälehdet uutisoivat julkisuuden henkilöiden yksityisiä asioita: oopperalaulajan edellisen kesän aikana tapahtunutta leikkausta ja entisen ministerin entistä rakkautta. Samana päivänä ilmaisjakelulehdet raportoivat ministerien televisioluvista ja pari päivää vanhaa uutista viinan kiroista, näkökulmana henkirikokset. Tyypillistä olikin, että kun yhteinen aihe kelpasi iltapäivälehdistä tai ilmaisjakelulehdille, muut eivät sitä valinneet.

3.3.2. Vuoden 1996 aineiston ainoa yhteinen pääuutinen koski kenraali Lebedin erottamista

Vuoden 1996 aineistossa vain yhden kerran kaksi lehteä päätyy sijoittamaan saman aiheen pääuutiseksi. Ainoa yhteinen pääuutinen ilmestyi perjantaina 18.10.1996, kun sekä Aamulehti että Helsingin Sanomat sijoittivat ykkösuutiseksi naapurimaan poliittiseen johtoon liittyvän tapahtuman ”Jeltsin erotti kenraali Lebedin”. Tulos on sikäli vuoden 2006 aineiston mukainen, että silloinkin ei ole yhtään tapausta, jolloin sanomalehti ja iltapäivälehti olisivat valinneet saman uutisen ykköseksi.

Taulukko 5. Uutisvalintojen yhdenmukaisuus vuoden 1996 aineistossa

Päivämäärä	Ykkösuutiset / viestimet (lkm)	Pääuutisten otsikkoaiheet
Maanantai 30.9.1996	3 / 3	Al: Sairaanhoidajille eettiset ohjeet HS: Lähi-idän kokous IS: Villisiat eksyivät Helsinkiin
Tiistai 5.11.1996	3 / 3	Al: Yrityskauppalaki HS: Zairen tulitauko IS: Eduskunnan vauvakuume
Keskiviikko 30.10.1996	3 / 3	Al: Naton laajentumisen pohdintaa HS: Luokaton peruskoulu IS: 12-vuotias äänesti eduskuntavaaleissa
Torstai 24.10.1996	3 / 3	Al: Erikoissairaanhoidon ongelmat HS: Viinan tuontirajat IS: Robotti jahtaa eläimiä galleriassa
Perjantai 18.10.1996	2 / 3	Al: Jeltsin antoi Lebedille potkut HS: Jeltsin antoi Lebedille potkut IS: Koululaisten huumevoitot viinaan ja naisiin
Lauantai 12.10.1996	3 / 3	Al: Nobel-komitea tuomitsi Indonesian HS: Nesteen trading-tappio IS: Muoti: Ruma onkin kaunis
Sunnuntai 6.10.1996	2 / 2	Al: Laittomia lääkkeitä netin kautta maahan HS: EU:n uusi perussopimus
Yht.	19 / 20	

3.3.3. Kilpailu nostaa alueen uutiset kärkeen?

Tuloksia voi viestinten välisen kilpailun näkökulmasta tulkita siten, että aamulehdet näyttävät kilpailevan omintakeisuudella. Usein pääjutuksi valitaan oman levikkialueen uutinen. Maakuntalehdillä on varsin vakiintunut johtoasema levikkialueellaan ja ne kamppailevat yleisön kiinnostuksesta ehkä lähinnä radio- ja TV-uutisten sekä Internetin uutistarjonnan kanssa. Viestinten välinen kilpailu voi hyvinkin lisätä aamulehtien ykkösuutisten alueellisuutta, sillä valtakunnalliset uutiset ovat useimmiten kaikkien yhteisiä ja aiemmin kerrottuja, mutta omintakeinen alueellinen pääjuttu luo lehdelle omaa profilia. Poikkeaminen kilpailijoista kertoo, että kyseisellä lehdellä on jotain sellaista, mitä muilla ei ole ja siten sen tilaaminen on perusteltua.

Oletusta kilpailun vaikutuksesta pääuutisten maantieteelliseen suuntautumiseen tukee se, että ulkomaan uutisten osuus ykkösuutisista on hieman pienentynyt vuoden 1996 aineistosta. Tuolloin ulkomaanuutinen oli ykköspaikalla Helsingin Sanomissa kolme kertaa ja Aamulehdessä kahdesti. Vuonna 2006 Aamulehti keskittyi kokonaan kotimaan valtakunnallisten aiheiden käsittelyyn. Sen ohella etusivun kookkain kuvallinen juttu oli usein alueellinen. Helsingin Sanomilla oli valtakunnallisten aiheiden ohella yksi paikallinen³ ja kaksi kansainvälistä ykkösuutista⁴, joissa kuitenkin oli vahva suomalaisnäkökulma. Ilkka, Kaleva, Savon Sanomat ja Turun Sanomat julkaisivat ykkösuutisissa sekä oman alueensa että valtakunnan uutisia. Ilkka ja Turun Sanomat suosivat levikkialueitaan eniten, ja etenkin Savon Sanomat yhdisteli alueellista ja kansainvälistä näkökulmaa.

Tutkittujen viestintäryhmien *sisäinen* kilpailu vaikuttanee suorimmin irtonumeroina (maksullisina tai ilmaisjakeluna) leviäviin lehtiin, sillä ne ovat usein rinnakkain esillä kalastelemassa samoja lukijoita. Irtonumeroina leviävien lehtien uutisnäkemys ja aiheiden käsittelytyyli poikkeavat muista viestintäryhmistä. Ilmaisjakelulehdillä kilpailu näyttäisi johtaneen uutisarvostusten samankaltaisuuteen ja yhteisiin ykkösuutisvalintoihin. Iltaapäivälehdissä taas ykkösuutisten dramaattisuus näyttäisi lisääntyneen, mikä sekin voi juontua viestintäryhmän sisäisestä uutis- ja levikkikilpailusta.

Sähköisten viestinten ykkösuutiset ovat tyyliltään samantapaisia kuin aamulehtienkin. Iltaapäivälehdet puolestaan eroavat muista sikäläkin, että niiden kaikki ykkösuutiset liittyvät yksittäisiin henkilöihin. Muille viestintäryhmille yk-

3 Otsikko: Esitys: Jopa 20 koulua lakkautettaisiin Helsingissä (HS 7.11.2006).

4 Otsikot: Turvaajatoverit: haavoittunut jäi kahden tulen väliin. Afganistanin suomalaiset rauhanturvaajat raportoivat pahoista varustepuutteista (HS 26.10.2006). Suomelle kiitosta EU-puheenjohtajana. Tutkijat kehuvat Libanon-kriisin hoitoa. Kokoussuman turvallisuusjärjestelyt maksavat odotettua enemmän (HS 8.10.2006).

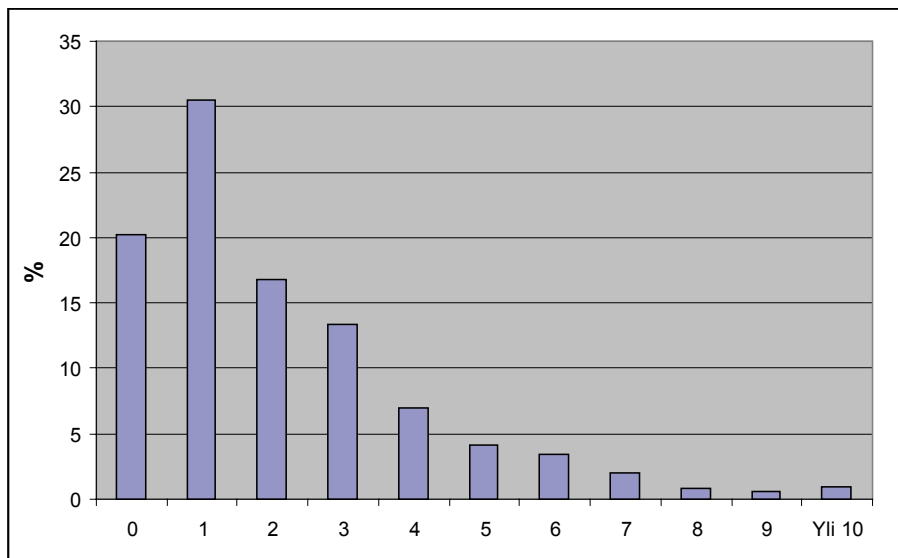
sittäinen henkilö kelpasi pääuutisen aiheeksi vain silloin, kun kyse oli tunnettuun poliitikkoon liittyvästä rikosepäilystä.

3.4. Uutislähteiden määrä

Jutussa mainittujen lähteiden määrä antaa viitteitä siitä, paljonko aikaa ja vaivaa on nähty jutun aikaansaamiseksi. On kuitenkin pidettävä mielessä, että kaikkia lähteitä ei aina mainita, ja siten työmäärää tai -aikaa ei voi suoraan päätellä lähteiden määrästä. Toki myös jutun luonne vaikuttaa: runsaasti henkilöitä sisältävän galluphaastattelun tekee huomattavasti vähemmällä vaivalla kuin yhden hengen asiantuntijahaastattelun. Jos taas ajatellaan aiheen käsittelyn syvällisyyttä laajemmin, asiaan vaikuttavat myös toimittajan taustatiedot, joissa näkyy esimerkiksi hänen koulutuksensa ja aiempi työkokemuksensa.

Tässä tutkimuksessa lähteiksi on laskettu kaikki siteeratut henkilöt, asiakirjat tai teokset tai jotka muuten on nimetty lähteiksi. Havaintoyksikkönä tässäkin on etusivun jutun ja sen vinkkaamien sisäsivun juttujen muodostama kokonaisuus. Näistä jutuista on laskettu yhteen kaikkien mainittujen lähteiden lukumäärä. Kukin lähde on laskettu vain kerran, vaikka se mainittaisiin useissa kokonaisuuteen kuuluvissa jutuissa.

Kuvio 5. Mainittujen uutislähteiden määrä juttuaineistossa (N = 1199)



Tyypillisimmin jutussa mainitaan yksi lähde (31%), mutta viidennes jutuista ei paljasta käytettyä lähdeä lainkaan. Ne vain toteavat asian. Kaksi tai kolme lähdemainintaa ovat myös tavallisia, yhteensä noin kolmannes jutuista on tällaisia. Noin viidenneksessä jutuista mainitaan neljä tai useampia lähteitä.

Taulukko 6. Lähteiden määrä prosenttiosuuksina viestinyhmittäin 2006

Lähteiden määrä	Aamulehdet	Iltapäivälehdet	Ilmaislehdet	Radio	Televisio	Yht.
0	15	6	37	31	30	20
1	25	36	43	48	30	31
2–3	35	35	18	16	28	30
4-5	15	10	2	4	10	11
6–21	12	11	1	1	3	8
Yht. %	100	100	100	100	100	100
N	704	77	110	127	181	1199

Ilman lähdemainintaa on eniten juttuja ilmaisjakelulehdissä, radiossa ja televisiossa. Sähköisten viestinten uutissähkemäinen lyhyt tyyli toimii ilman lähteitäkin ja se näyttää rantautuneen myös ilmaisjakelulehtiin. Aamulehdet ja iltapäivälehdet tuovat lähteet esiin useammin kuin aineistossa keskimäärin. Iltapäivälehtien henkilöivän ja dramatisoivan tyylin onkin vaikea kuvitella toimivan ilman suoria sitaatteja ja niinpä vain 6 prosenttia niiden jutuista on lähteettömiä. Jopa silloin, kun toimittaja ei itse ole tavannut jutun kohdetta, lehti käyttää suoria sitaatteja toisen lehden tekemästä haastattelusta (Iltalehti 20.10.2006). Tästä voi päätellä, että henkilökohtaisuuden tuntu on hyvin tärkeää etenkin silloin kun varsinaisen asian uutisarvo on pieni.

Yhden lähteen juttujen määrä on suurimmillaan **radiouutisissa**. Sen jutuista puolessa on vain yksi lähde ja valtaosalle loppuista riittää kaksi tai kolme lähdeä. **Ilmaisjakelulehdet** suosivat samanlaista taloudellista ja tehokasta tyyliä. Jakauma on lähes identtinen, mutta vain poikkeustapauksessa ilmaislehdissä mainitaan enemmän kuin kaksi lähdeä. **Televisiouutisissa** kolmen tai neljän lähteen juttuja on vajaa viidennes.

Aamulehtien jutuissa lähteitä tuodaan esiin enemmän kuin muissa viestinyhmissä. Tämä tuntuisi viittaavan siihen, että aamulehdissä tehdään eniten työmäärältään vaativia juttuja ja useiden juttujen kokonaisuuksia.

Lähteettömien juttujen määrä kasvaa

Ajallinen vertailu kertoo, että juttuun merkittyjen lähteiden määrä on hivenen laskenut. Vuonna 1996 oli 213 jutussa yhteensä 653 lähdettä eli noin 3 juttua kohden. Vuonna 2006 oli 361 jutussa yhteensä 907 lähdettä, eli keskimäärin noin 2,5 kussakin jutussa.

Taulukko 7. Uutislähteiden määrän ajallinen vertailu

Lähteet	Aamulehti		Helsingin Sanomat		Ilta-Sanomat		Yht.	Yht.
	1996	2006	1996	2006	1996	2006	1996	2006
0	18	11	4	23	11	8	11	17
1	21	34	15	17	33	24	23	24
2–3	29	36	33	34	33	49	31	36
4–5	18	8	28	15	14	8	20	12
6–21	14	10	19	11	9	11	15	11
Yht. %	100	100	100	100	100	100	100	100
N	84	143	72	181	57	37	213	361

Kymmenessä vuodessa eniten näyttää lisääntyneen kokonaan lähteettömien ja 2–3 lähdettä sisältävien juttujen osuus. Sen sijaan neljä tai useampia lähteitä sisältävien juttujen osuus on pienentynyt.

Kehitys on kuitenkin ollut eri viestimissä erilaista. Ilman lähdemainintaa olevien juttujen osuus on kasvanut Helsingin Sanomissa peräti 19 prosenttiyksikköä, kun taas Aamulehdessä ja Ilta-Sanomissa niiden osuus on laskenut. Yli neljän lähteen juttujen osuus on kuitenkin vähentynyt kaikissa kolmessa lehdessä.

Mitä näiden muutosten takana on? Voidaanko tämän perusteella sanoa jotain juttujen vaatiman työmäärän muutoksista?

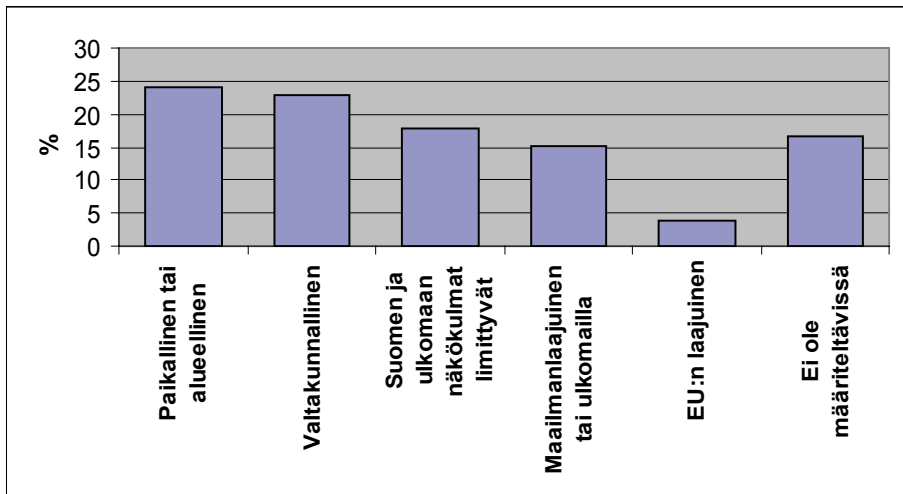
Lähteetön juttu on usein neutraalisti, tehokkaasti ja tiiviisti toimitettua aineistoa, jonka vaatima työmäärä voi olla pieni. Helsingin Sanomat on lisännyt tällaisen aineiston osuutta etusivulla. Samalla on vähentynyt 4 tai useampia lähdemainintoja sisältävien juttujen määrä. Tästä ei kuitenkaan voitane vetää sitä johtopäätöstä, että Helsingin Sanomat olisi tehostanut toimitustyötä, vähentänyt juttuihin käytettyä vaivannäköä tai tietoisesti muuttanut uutiskirjoitustyyliä. Muutoksen selitys liittyyneet etusivulle nostettujen juttujen määrään. Kun se on yli kaksinkertaistunut, etusivulle pääsee myös aiempaa lyhyempiä uutisia ja etusivu ehkä aiempaa paremmin vastaa lehden koko sisältöä. Aamulehdessäkin etusivun juttujen määrä lähes kaksinkertaistui, joten muutokset lähteiden määrässä voivat paljolti liittyä tähän.

3.5. Maantieteelliset alueet

3.5.1. Puolet jutuista pysyy Suomen rajojen sisällä

Sekä jäsenyys Euroopan Unionissa että muiden kansallisvaltioiden rajat ylittävien toimijoiden ja verkostojen entistä tärkeämpi (tai ainakin sellaiseksi usein katsottu) asema asettavat journalismin uuteen tilanteeseen. On päätettävä missä määrin ja miten avaudutaan entistä enemmän ulospäin, missä määrin ja miten kytkeydytään sinne, missä lukijatkin ovat ja miten nämä kaksi yhdistetään. Juttujen maantieteellistä jakaumaa tarkasteltiin jakamalla jutut niihin, joiden maantieteellinen painopiste oli a) paikallinen tai alueellinen, b) valtakunnallinen, c) Euroopan Unionin puitteissa pitäytyvä, d) ulkomailla tai maailmanlaajuinen, e) Suomen ja ulkomaiden näkökulmat yhdistävä tai f) mahdoton määrittellä.

Kuvio 6. Juttujen maantieteellinen näkökulma vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)

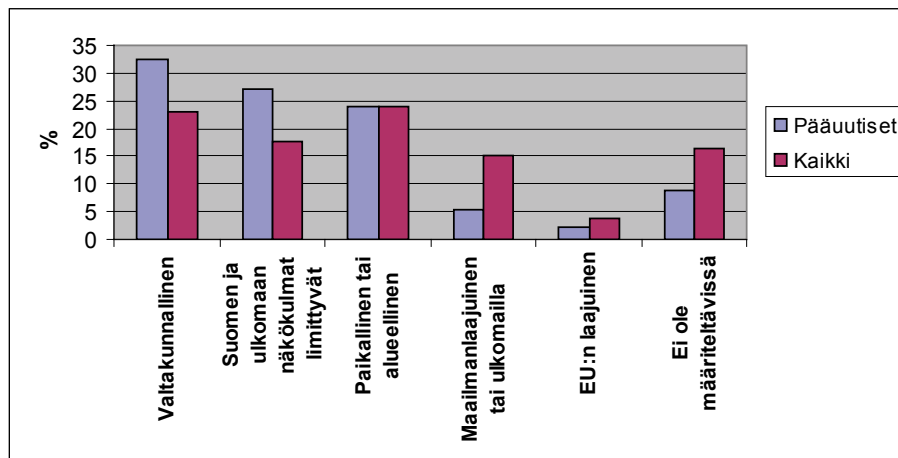


Suomen rajojen sisäpuolella pysyttelevää aineistoa on aavistuksen alle puolet etusivun uutisista, ulkomailla tai Euroopan Unionin piirissä liikkuu jutuista vajaa viidennes. Näkökulmat Suomen ja muun maailman välillä limittyvät niin ikään vajaassa viidenneksessä jutuista.

Suomea koskevien uutisten osuus pääuutisten joukossa on selvästi suurempi kuin niiden osuus koko aineistossa: Suomeen rajautuvien pääuutisten osuus on yli puolet ja lopuistakin neljännes on sellaisia, joilla on jokin kosketuskohta kotimaahan (kuvio 7 sivulla 36). Pääuutiseksi valikoituminen taas on sitä epätodennäköisempää, mitä selvemmin uutinen rajautuu Suomen rajojen ulko-

puolelle tai koskee maata jossain hyvin abstraktissa mielessä. Ulkomaan uutisia pääuutisena on vain radiossa ja televisiossa. Television neljästätoista pääuutisesta neljä oli ulkomaan uutisia, radiossa niitä oli yksi.

Kuvio 7. Pääuutisten maantieteellinen jakautuminen



3.5.2. Sähköiset viestimet ovat muita kansainvälisempiä

Viestinryhmien toiminta painottuu jossain määrin eri tavoin. Erityisesti radio mutta jossain määrin myös televisio ovat nimenomaan ulkomaan uutisiin sekä valtakunnalliseen uutistarjontaan keskittyviä välineitä. Iltaapäivälehtien fokus taas on paikallisiksi rajautuvissa uutisissa. Ilmaisjakelulehdistä puolestaan löytyy eniten aineistoa, jota ei alueellisesti voi määrittää mitenkään. Esimerkki tällaisesta on Metrossa 2.10.2006 julkaistu kolumni ihmisen vuorokausirytmistä.

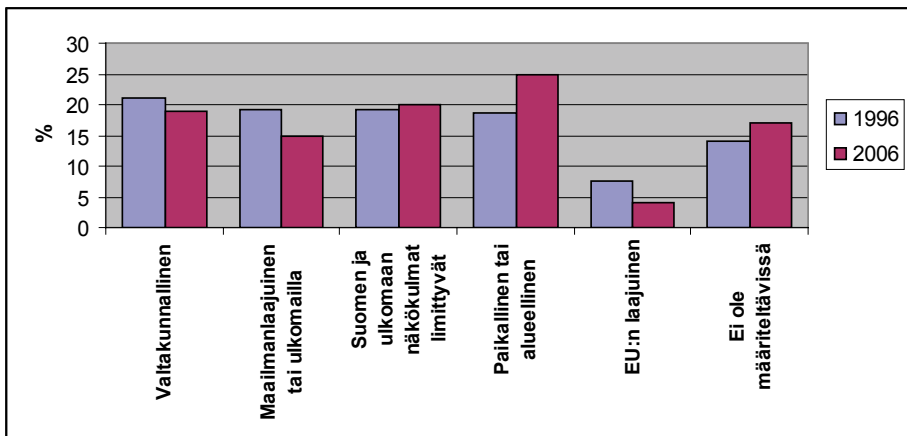
Taulukko 8. Maantieteellinen jakauma 2006 viestinryhmittäin

(%)	Aamu- lehdet	Iltapäi- välehdet	Ilmais- lehdet	Radio	Televisio	Yht
Paikallinen tai alueellinen	29	38	19	5	15	24
Valtakunnallinen	19	9	23	49	27	23
Suomen ja ulkomaan näkökulmat limittyvät	21	21	12	15	10	18
Maailmanlaajuinen tai ulkomailla	12	13	15	20	25	15
EU:n laajuinen	3	0	4	9	5	4
Ei ole määriteltävissä	17	19	27	3	18	17
Yht.	100	100	100	100	100	100
N	704	77	110	127	181	1199

3.5.3. Paikallisten ja alueellisten juttujen osuus on kasvanut

Eniten etusivuilla on kasvanut paikallisesti tai alueellisesti kiinnittyneiden juttujen suhteellinen osuus. Tällaisten juttujen osuus on kasvanut kuutisen prosenttiyksikköä. Ulkomaita koskeviksi määritellyt tai maailmanlaajuisiksi ymmärretyt jutut sekä Euroopan Unionin rajojen sisäpuolisiksi mielletty aineisto taas on menettänyt suhteellista osuuttaan.

Kuvio 8. Etusivun uutisten maantieteellinen jakauma vuosina 1996 (N = 213) ja 2006 (N = 361)



Ulkomaita koskevien juttujen määräkin on kyllä kasvanut, mutta ei yhtä paljon kuin alueellisten juttujen määrä. Sen sijaan Euroopan Unionin piiriä koskevien juttujen määräkin on pienentynyt. Vuonna 1996 tällaisia juttuja oli 16 ja kymmentä vuotta myöhemässä aineistossa 15 kappaletta. Osasyynä lienee siinä, että Suomi oli liittynyt Euroopan Unioniin vuonna 1995 ja asialla on todennäköisesti vielä seuraavanakin vuonna ollut uutuusarvoa.

Myöhemmin Euroopan Unionia koskeva uutismateriaali on tutkimusten mukaan käynyt toimituksissa ongelmalliseksi, sen on koettu olevan kovin kaukana ihmisten arjesta. Tämä vaikuttaa juttumääriin. Kaiken kaikkiaan juttujen alueellista maailmaa luonnehtisi siis tietty kääntyminen omaa levikkialuetta kohti, kun katsotaan suhteellisten osuuksien muutoksia. Absoluuttisissa määrissä mitaten pienentynyt on vain Euroopan Unionin puitteissa pysyttelevä aineisto.

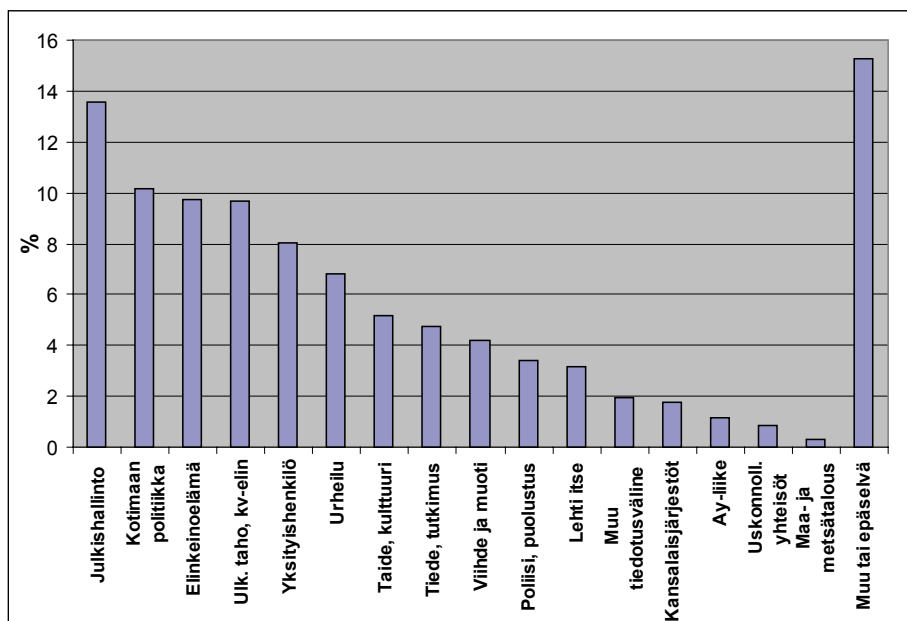
3.6. Esiintyjäryhmät

3.6.1. Julkishallinto ja palvelut eniten esillä

Media kiinnittää huomiota ja antaa palstatilaa eri tavoin eri tahoille yhteiskunnassa. Pääsy mediajulkisuuteen kertoo siitä, kuinka tärkeänä tahoja ja sen edustamaa asiaa kulloinkin pidetään. Yhtäältä on kyse nimenomaan median uutisarvotuksista, toisaalta kyse on yhteiskunnassa yleisemminkin vallitsevista arvotuksista.

Tässä tutkimuksessa eri tahojen pääsyä julkisuuteen tarkasteltiin määrittelemällä kustakin juttukokonaisuudesta sen päätoimija. Päätoimijaksi katsottiin taho, joka on näkyvimmin esillä etusivun vinkkiotsikossa tai vinkkijutun ingressissä. Kyse ei siten välttämättä ole tahosta, joka on ollut jutun lähteenä, vaan henkilöstä tai instanssista, joka ylipäätään on jutussa näkyvimmin esillä.

Kuvio 9. Päätoimijan viiteryhmä vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Julkishallinto ja julkinen palvelutuotanto on selvästi suurin päätoimijoiden ryhmä koko aineistossa. Ryhmä kattaa valtion, maakuntien ja kuntien yleishallinnon lisäksi käytännön sosiaali- ja terveydenhuollon ja sivistyspalvelut eli koulut ja kirjastot.

Toisella sijalla ovat kotimaiset poliittiset tahot presidentistä valtioneuvostoon ja eduskuntaan ja suomalaisiin poliittisiin ryhmiin eli yhteiskunnallisen päätöksenteon toimijat. Hyvin lähelle sitä tulee elinkeinoelämä eli yrittäjät ja heidän järjestönsä sekä erilaiset ulkomaiset tahot eli vieraat valtiot, Euroopan Unioni ja kansainväliset poliittiset, taloudelliset tai sotilaalliset liittoumat. Neljän suurimman päätoimijaryhmän yhteinen osuus aineistosta on 44 prosenttia.

Yksityishenkilöitä ilman erityistä tahoja on päätoimijoina hieman edellisiä ryhmiä vähemmän, alle 10 prosenttia havainnoista. Seuraavaksi suurimmat neljä tahoja ovat urheilu, taide, tiede ja viihde, joka sisältää muodin ja populaarikulttuurin. Näiden ryhmien osuudet aineistosta liikkuvat 8 ja 4 prosentin välillä. Kolmen prosentin osuudella puhuu lehti itse eli kyse on sen oman toimituksen tekemistä mielipidejutuista, joista on vinkki etusivulla. Yhtä usein päätoimijan viiteryhmä on poliisi- tai puolustushallinto.

Vähimmälle palstatilalle ovat jääneet maa- ja metsätalouden edustajat (vain 4 havaintoa), kirkolliset ja uskonnolliset yhteisöt (10 havaintoa) sekä ammattiyhdistysliike (14 havaintoa) ja kansalaisjärjestöt (21 havaintoa). Myös muu tiedotusväline on yhtä usein esillä kuin kansalaisjärjestöt.

Huomattava joukko (noin 15 %) jutuista on sellaisia, joiden päätoimija ei ollut mikään luokitelluista 16 tahosta tai se ei ollut yksiselitteisesti määriteltävissä. Näissä jutuissa on esimerkiksi säätiedotuksia tai muita sellaisia juttuja, jotka kertovat jonkin asian mainitsematta mitään siihen liittyvää tahoja. Tähän luokkaan on kirjattu myös viittaukset lehden Internet-sivuille. Päätoimija-luokkaan 'muu tai ei määritettävissä' on päätynyt esimerkiksi Helsingin Sanomien juttu "Joka kelloon ei pidä luottaa" (HS 8.10.2006), jossa toimittaja on tarkkaillut julkisilla paikoilla näkyvien kellojen näyttämää aikaa.

3.6.2. Päätoimija tuo lisävalaistusta juttusisältöön

Jutun kärkeen nostettu taho leimaa uutisen sisältöä ja näkökulmaa. Päätoimija-muuttuja usein kertoo, minkä tahon tai instanssin lähtökohdista asiaa lähestytään. Usein se myös paljastaa, mikä taho saa ykköspaikan, kun aiheita voidaan julkisesti. Esimerkiksi lakkoa voi tarkastella matkustajien, neuvottelijoiden, yhtiön talouden tai sopimuslainsäädännön näkökulmasta ja päätoimija on valitun näkökulman mukainen. Useimmiten päätoimija-muuttuja haravoi uutisaineistosta esiin asioita keskeisimmin määrittelevät ja siten julkisuuden määrittelyvaltaa käyttävät tahot.

Aihepiireissä vapaa-ajan, kulttuurin ja perheen muodostaman ryppään teemoilla on suurin osuus, mutta päätoimijoissa näkyvin paikka on julkisen hal-

linnon ja palveluiden edustajilla. Tulos saattaa vaikuttaa ristiriitaiselta, mutta heijastaa sitä, että päätoimija-muuttuja lähestyy juttusisältöä eri näkökulmasta kuin sen aihe. Päätoimija tuo lisävalaistusta jutun sisältöön.

Suurin päätoimija-ryhmä **julkishallinto** jakautuu käytännöllisesti katsoen kaikkiin aihepiireihin. Aihepiirejä hienojakoisemmissa aihealuokissa sitä löytyy eniten liikenteen, kunnallispolitiikan, ympäristön, koulutuksen, rikosten, terveyden ja sairauden, energian, sään ja viihteen sekä kulttuurin luokista.

Tulokset ilmentävät myös aihepiirien laajuutta. Niistä eniten havaintoja koonnut 'vapaa-aika, kulttuuri, urheilu, perhe' on skaalaltaan niin laaja, että siihen liittyvät neljää lukuun ottamatta kaikki päätoimijatahot.

Vain harvat päätoimijatahot menevät yksin jonkin aihepiirin tai suppeamman aihealuokan kanssa. Esimerkiksi **kotimaisen politiikan** ja **elinkeinoelämän** edustajat löytävät itsensä useimmin politiikan ja talouden aihepiireistä, jotka sisältävät kansainvälistä ja kotimaista politiikkaa, talouspolitiikkaa, yritystaloutta ja työmarkkina-asioita. Silti näitä molempia päätoimijoita esiintyy myös perheen ja parisuhteen (vapaa-aika), ulkoisen turvallisuuden, energian, rikoksen, kulttuurin ja viihteen sekä kotitalouden ja kuluttamisen aihealuokista.

Isoista päätoimijaryhmistä myös **yksityishenkilöt** (8 %) jakautuvat moniin aihepiireihin: vapaa-aika (urheilu, kulttuuri ja viihde, perhe, kotitalous ja kuluttaminen, harrastukset), turvallisuus (maan ulkoinen turvallisuus, rikokset, onnettomuudet), muut aiheet sekä ympäristö ja liikenne. Käytännössä tämä tarkoittaa sellaisia juttuaiheita kuin harrastukset, rikokset, onnettomuudet, liikenne, terveys, kulttuuri ja viihde, historia, perhe- ja parisuhdeasiat ja asumisen kysymykset. Vain **urheilun** päätoimijat päätyvät suurimmaksi osaksi omaan aihealuokkaansa 'urheilu' vapaa-ajan aihepiirissä. Muutaman kerran nekin esiintyvät terveyden ja sairauden aiheissa.

Jutun päätoimija saattaa olla median huomion kohde ja vallankäytön objekti, mutta usein päätoimijan voi ajatella olevan julkisessa tilassa valtaa ja ennen kaikkea puhevaltaa käyttävä taho. Tällaista valtaa suomalaisessa uutismediassa näyttävät käyttävän erityisesti asiantuntijatahot, politiikan toimijat, julkishallinnon ja palveluiden ammattilaiset sekä elinkeinoelämän, ulkomaan valtioiden tai kansainvälisten liittoumien edustajat. He saattavat esiintyä myös yksityisemmissä vapaa-ajan, perheen ja kulttuurin sekä viihteen aiheissa, mutta yksityishenkilöt eivät jutuissa astu yhteisöllisten tai yhteiskunnallisten aiheiden reviirille ainakaan juttujen päätoimijoina.

Kahden muuttujan, aihepiirien ja päätoimijoiden ristiintaulukoinnissa voikin nähdä 'omalla reviirillä pysymisen' indikaattorin aihion, joka kertoisi, kuinka paljon julkista toimivaltaa omaavat tulevat yksityisemmille aihealueille ja

kuinka paljon omana itsenään julkisuudessa esiintyvät tulevat yhteisten asioiden hoitamisen tontille. Indikaattorin kertovuutta rajaa se, että jutuista kirjaetaan vain päätoimijat ja mahdolliset muut tahot jäävät piiloon.

Ykkösuutisissa korostuvat ns. koviin uutisaiheisiin liittyvät tahot, eritoten kotimaan politiikan, julkishallinnon ja sen palvelutuotannon sekä elinkeinoelämän edustajat. Päätoimijatahojen valikoima on ykkösuutisissa kapeampi kuin etusivun jutuissa yleensä.

3.6.3. Eri viestintäryhmillä selvästi erilaiset profilit

Eri viestintäryhmät poikkeavat toisistaan selvästi siinä, mitä tahoja ne nostavat esiin. Seuraava taulukko havainnollistaa asiaa.

Taulukko 9. Jutun päätoimijan viiteryhmä viestintäryhmittäin

(%)	Aamu- lehdet	Ilta- päiväl.	Ilmaisjakelu- lehdet	Radio	Televisio	Yht.	N
Julkishallinto	17	1	7	12	9	14	163
Suomalainen politiikka	8	9	2	18	17	10	122
Elinkeinoelämä	11	5	6	6	12	10	117
Vieras valtio, EU, kv-elimet	7	1	0	22	20	10	116
Yksityishenkilö	8	21	11	3	5	8	96
Urheilu	7	17	14	2	0	7	82
Taide, kulttuuri	6	4	5	1	4	5	62
Tiede, tutkimus	6	1	3	6	3	5	57
Viihde, muoti	2	22	18	0	1	4	50
Poliisi ja puolustus	3	1	4	6	6	3	41
Lehti itse	4	1	5	0	0	3	38
Muu tiedotusväline	3	1	0	1	1	2	23
Kansalaisjärjestöt	2	0	0	2	2	2	21
Ay-liike	1	0	1	3	1	1	14
Uskonnolliset yhteisöt	1	1	0	1	0	1	10
Maa- ja metsätalous	0	4	0	0	0	0	4
Muu taho tai epäselvä	13	9	24	17	19	15	183
Yht.	100	100	100	100	100	100	1199
N	704	77	110	127	181	1199	

Aamulla ilmestyvät sanomalehdet suosivat julkishallinnon ja julkisten palveluiden, elinkeinoelämän ja suomalaisen politiikan tahoja. Ne ovat niiden

kolme suurinta päätoimijaryhmää, mutta myös yksityishenkilöt sekä vieraiden valtioiden tai kansainvälisten liittoumien, urheilun, taiteen ja tieteen tahot saavat aamulehtien etusivulla palstatilaa.

Sanomalehdet eivät kuitenkaan ole yhtenäinen ryhmä. Niiden kesken on melkoisia eroja. Esimerkiksi julkishallinnon edustajien osuus vaihteli Kalevan 12 prosentista Aamulehden 24 prosenttiin. Elinkeinoelämä oli etenkin Ilkan suosikki (17 %) ja Aamulehdessä sen osuus oli joukon alin (8 %). Kansainväliset liittoumat sekä muut valtiot saivat Savon Sanomissa 1 prosentin osuuden päätoimijoista. Aamulehti nosti nämä tahot esiin 11 prosentissa etusivun juttuja.

Yksityishenkilöiden osuus päätoimijoina vaihteli 4:n ja 14 prosentin välillä, alimmillaan se oli Helsingin Sanomissa ja ylimmillään Savon Sanomissa. Urheilun edustajia Helsingin Sanomat harrasti 6 prosentilla, kun Ilkassa heidän suhteellinen osuutensa oli kaksinkertainen. Viihteen ja muodin toimijoita ei Ilkassa esiintynyt lainkaan ja Savon Sanomissa heitä oli 4 prosentin verran. Lehti itse ei ollut Turun Sanomissa päätoimijana kertaakaan, kun Helsingin Sanomissa lehden oma toimitus sai päätoimijoista 10 prosentin osuuden. Sanomalehdet siis poikkeavat paljonkin toisistaan siinä, mitä levikkialueidensa tahoja ne nostavat esiin ja keille ne antavat tilaa juttujen kärjessä. Muun ohella tämä heijastanee kunkin viestimen vastausta kilpailutilanteeseen.

Radion ja television keskeisesti esillä pitämät tahot edustavat pitkälti suomalaista ja kansainvälistä politiikkaa ja hallintoa, sanalla sanoen vallanpitäjiä. Niitä edustavat ryhmät pääsevät esiin selvästi suuremmalla osuudella kuin aamulehdissä: suomalainen politiikka saa noin 10 prosenttiyksikköä ja vieraan valtion tai kansainvälisen yhteisön toimijat 15 prosenttiyksikköä suuremman osuuden. Nämä kaksi ryhmää keräävätkin noin 40 prosentin osuuden radion ja television uutisten päätoimijoista. Kun siihen lisätään kolmanneksi suurin ryhmä, julkishallinto, on koossa noin 50 prosenttia päätoimijoista. Elinkeinoelämä on myös usein esillä. Radion ja television uutisten päätoimijaprofiilit muistutavatkin paljolti toisiaan, mutta elinkeinoelämä pääsee keskiöön televisiossa suhteellisesti useammin. Poliisin ja puolustuksen tahot ovat runsaalla viidellä prosentilla seuraavaksi suurin ryhmä.

Kaikki radion ja television suurimmat viiteryhvät ovat perinteisiä yhteiskunnalliseen valtaan liittyviä uutistahoja. Viihdettä ja muotia, metsä- ja maataloutta sekä uskonnollisia yhteisöjä ei juurikaan ole niissä esillä. Urheilun puuttumisen selittää se, että sillä on omat lähetyksensä uutisten yhteydessä. Voi pohtia, ovatko radion ja television uutiset siis vallanpitäjien uutisia vai vallan vahtikoiria? Siihen tämä muuttuja ei vastaa, sillä se ei kerro asioiden käsittelyn kriittisyydestä tai myötäsukaisuudesta. Noin 30 prosenttia radion ja

television uutisista ei sisällä mitään lähdemainintaa. Lähteettömyys voi merkitä sähkömäisen lyhyttä, neutraalin perusuutisen muotoon puettua julkishallinnon tiedotetta, joka välittää tiedotteen kommentoimatta tai keskustelematta eteenpäin. Se, että radio ja televisio suosivat yhteiskunnallisia aiheita kävi ilmi jo aihepiirien tarkastelussa luvussa 3.2.

Iltapäivälehtien ja ilmaisjakelulehtien ykkösuosikki on viihteen ja muodin viiteryhmä. Seuraavina ovat yksityishenkilöt ja urheilun tahot. Näissä kolmessa ryhmässä on peräti 60 prosenttia iltapäivälehtien ja 43 prosenttia ilmaisjakelulehtien havainnoista. Ilmaisjakelulehdissä yksityishenkilöiden osuus on selvästi pienempi, noin puolet siitä mitä se on iltapäivälehdissä. Lisäksi iltapäivälehtien palstoille pääsevät jonkin verran myös kotimaisen politiikan ja elinkeinoelämän edustajat. Ilmaisjakelulehdet puolestaan suosivat myös julkishallintoa, elinkeinoelämää, taiteen sekä poliisin ja puolustusvoimain tahoja. Niissä myös toimituksen oma panos eli kolumnistien mielipidejutut pääsevät etusivuille.

3.6.4. Julkishallinnon osuus on ollut kasvussa, kansainvälisten toimijoiden osuus laskussa

Ajallisessa vertailussa on mukana vain kolme lehteä vuosilta 1996 ja 2006, mutta otoksen pienuudesta huolimatta tulokset ovat vähintäänkin suuntaa-antavia. Vuosivertailun havainnot esitetään taulukossa 2 prosentti- ja frekvenssilukuina vertailuryhmien aineistosta.

Seuraavien kolmen tahon **suhteellinen** osuus etusivujen päätoimijoina on selvästi vähentynyt vuodesta 1996 vuoteen 2006: 1) vieraat valtiot, EU ja kansainväliset liittoumat, 2) yksityishenkilöt ja 3) viihde ja muoti. Myös taiteen ja urheilun tahot ovat hivenen vähemmän esillä päätoimijoissa – samoin poliisi ja puolustushallinto. Edellä kyse oli siis prosenttiosuuksista. Lukumääriä katsottaessa näistä on laskenut vain viihteen ja muodin päätoimijoiden määrä.

Julkishallinnon ja julkisen palvelutuotannon osuus sen sijaan on selvästi kasvanut **suhteellisesti ja lukumääräisesti**. Samoin lehti itse on tullut näkyvämmiin esiin, kun etusivuilla on alettu vinkata toimituksen mielipidejuttuihin. Kokonaan uusi päätoimijaryhmä etusivun jutuissa on kansalaisjärjestö.

Taulukko 10. Päätoimijoiden viiteryhmien vertailu 1996 ja 2006

	1996	2006	1996	2006	Aamulehti		HS		Ilta-Sanommat	
	Lkm	Lkm	%	%	1996	2006	1996	2006	1996	2006
Muu valtio, EU, kv-elin	29	34	14	9	12	11	22	10	5	0
Suomalainen politiikka	16	31	8	9	6	8	6	8	12	14
Julkishallinto	19	58	9	16	11	24	10	13	5	0
Poliisi ja puolustus	6	6	3	2	4	1	4	2	0	0
Tiede, tutkimus	12	21	6	6	6	4	6	8	5	0
Elinkeinoelämä	18	30	8	8	13	8	8	10	2	3
Ammattiyhdistysliike	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0
Uskonnolliset yhteisöt	2	4	1	1	1	2	1	0	0	3
Maa- ja metsätalous	1	2	0	1	0	0	1	0	0	5
Kansalaisjärjestöt	0	5	0	1	0	3	0	1	0	0
Urheilu	17	25	8	7	6	7	6	4	14	19
Taide, kulttuuri	20	27	9	7	7	7	10	8	12	5
Muu tiedotusväline	3	11	1	3	2	1	1	5	0	0
Viihde, muoti	15	12	7	3	2	1	1	2	21	16
Yksityishenkilö	26	30	12	8	12	10	11	4	14	24
Lehti itse	3	23	1	6	1	2	3	10	0	3
Muu taho tai epäselvä	24	39	11	11	15	9	8	13	9	8
Yht.	213	361	100	100	100	100	100	100	100	100
N					84	143	72	181	57	37

Muutokset eri tiedotusvälineissä ovat osin vastakkaisia. Muistaa toki pitää, että niissä kyse on suhteellisista osuuksista. Kun etusivun juttumäärä on reippaasti kaksinkertaistunut sekä Helsingin Sanomissa että Aamulehdessä, laskee yksittäisen viiteryhmän osuus prosentteissa, vaikka juttujen määrä olisi kasvanut.

Aamulehdessä vuodesta 1996 vuoteen 2006 nousi ennen kaikkea julkishallinnon päätoimijaosuus (11->24). Pientä osuuksien kasvua on myös mm. suomalaisessa politiikassa ja kansalaisjärjestöissä. Laskua oli elinkeinoelämän (13->8) ja poliisin sekä puolustuksen (4->1) ja viiteryhmän 'muu' suhteellisessa osuudessa (15->9).

Helsingin Sanomissa vuodesta 1996 vuoteen 2006 lehti itse nosti itsensä entistä useammin päätoimijaksi etusivulle (3->10). Eli toimittajien kirjoittamien mielipidejuttujen vinkkejä on entistä useammin etusivulla. Tässä voi nähdä

vastausta koventuneeseen uutiskilpailuun: nopean Internet-uutisoinnin aikana painettu lehti entistä useammin taustoittaa, analysoi ja tarjoaa näkökulmia, mm. mielipiteitä, jo aiemmin tutuiksi tulleisiin uutisiin. Näiden juttujen merkitystä ja 'markkina-arvoa' korostetaan tuomalla niiden vinkit etusivulle uutisvinkkien rinnalle. Julkishallinnonkin osuus kasvoi (10->13), mutta vähemmän kuin Aamulehdessä. Aamulehdessä laskua kokoneen tieteen osuus kasvoi kahdella prosenttiyksiköllä, samoin nousi elinkeinoelämän ja muun tiedotusvälineen osuus, jotka olivat Aamulehdessä laskeneet.

Helsingin Sanomissa laski ylikansallisten tahojen (kv-liittouma ja EU) ja vieraiden valtioiden osuus (22->10). Se on nyt samalla tasolla kuin Aamulehdessä. Toinen selvästi vähentynyt osuus on yksityishenkilöiden ryhmällä (11->4), joka oli laskenut myös Aamulehdessä. Ehkä ns. tavalliset ihmiset ovat siirtymässä sivummalle julkisuuden keskeisten tahojen paikalta. Tai aamulehtien etusivuilta ovat vähentyneet jutut tilanteista, joihin ihmiset osallistuvat yksityishenkilöinä. Enemmän tuodaan esille selvästi joidenkin tahojen asioita tai näkemyksiä.

Ilta-Sanomissa vuodesta 1996 vuoteen 2006 kehitys oli monin osin päinvastainen kuin aamulehdissä. Yksityishenkilöiden (14->24) ja urheilun (14->19) osuus päätoimijoista nousi tuntuvasti. Viihteen ja muodin osuus laski selvästi (21->16) ja taidetta edustavien tahojen osuus puoliintui (12->6). Viidellä prosenttiyksiköllä laski ulkomaisten tahojen, julkishallinnon ja tieteen osuus. Samalla määrällä puolestaan nousi maatalouden osuus.

3.7. Naiset ja miehet

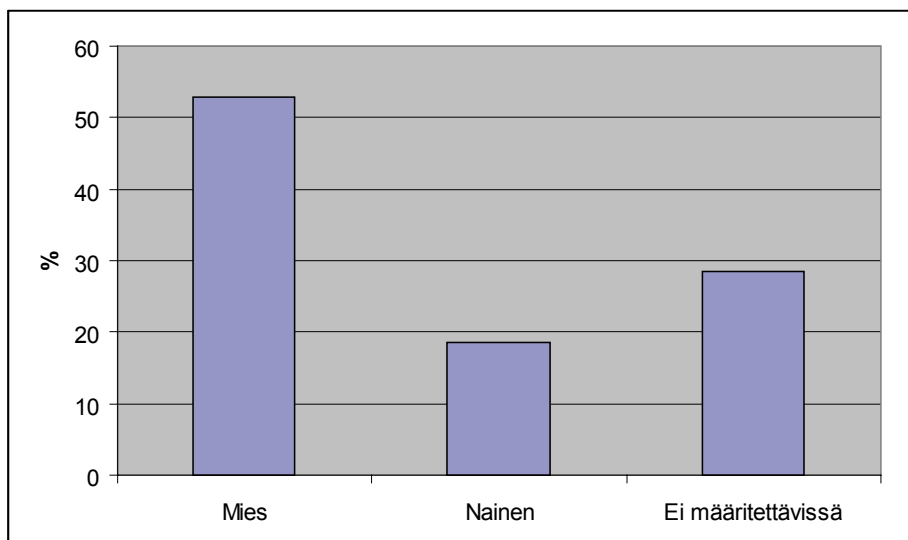
3.7.1. Uutisen päätoimija on tavallisimmin mies

Sukupuolten esiintymisessä julkisuudessa on nähty tasa-arvoon liittyviä ongelmia. On problematisoitu sekä sukupuolten määrää että esitystapaa. Aihetta on tutkittu esimerkiksi pohjoiseurooppalaisten julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden selvityksissä tv-kanaviensa parhaan katseluajan tarjonnasta tai uutisuurannoissa kautta maailman. Viimeksi mainituissa naisten osuus esiintyjistä on vain noin 20 prosenttia ja osuus on pysynyt kutakuinkin samana 1990-luvulta 2000-luvulle tultaessa. Suomessa ei tv-uutisissa juuri nähty naisia 1980-luvulla. Kymmenen vuotta myöhemmin naisten osuus oli viidennes tv-uutisten toimituksista. Sen jälkeen muutosta ei juuri ole tapahtunut. Miestoimijat hallitsevat kaikkia alueita. Kaikkein suurin miesten osuus oli politiikkaa, taloutta, työ-

markkinoita ja maanpuolustusta koskevissa aiheissa (Aslama, 50–54, Halonen 193–200).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sukupuolien esiintymistä sekä teksti- että kuva-aineistossa. Tekstistä on määritelty jutun keskeistä tahoja edustavan henkilön, päätoimijan, sukupuoli.

Kuvio 10. Jutun päätoimijan sukupuoli vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Vuoden 2006 aineisto kertoo, että uutismedian keskiössä on useimmiten mies. Tulos noudattaa aiemman tutkimuksen havaintoja. Mies esiintyy jutun päätoimijana lähes kolme kertaa niin usein kuin nainen. Mies on 636 kertaa (53 %) ja nainen 223 kertaa (19 %) päätoimijan roolissa. Vajaassa kolmanneksessa tapauksista jutun päätoimijan sukupuoli ei ollut määritettävissä, koska hän ei ollut yksittäinen henkilö.

Etusivujen ja uutislähetysten pääjutuissa miesten asema korostuu entisestään. Ykkösuutisten päätoimijoista 67 prosenttia oli miehiä, mikä oli 14 prosenttiyksikköä enemmän kuin koko aineistossa. Naisten osuus puolestaan on pääjutuissa yhden prosenttiyksikön alhaisempi kuin koko aineistossa. Tästä voi vetää sen johtopäätöksen, että mitä korkeammalla uutishierarkiassa juttu on, sitä todennäköisemmin sen päätoimija on mies. Tarkemmin määrittelemättömiä tai muita päätoimijoita ykkösuutisissa on puolta vähemmän kuin koko aineistossa.

3.7.2. Kansalaisjärjestöjen, viestinten ja viihteen edustajista puolet on naisia

Miessukupuoli on enemmistönä myös kaikissa suurimmissa viiteryhmissä, joita ovat julkishallinto, suomalainen politiikka, elinkeinoelämä, ulkomaat ja kansainväliset liittoumat. Näistä suurista ryhmistä heikoimmin edustettuna naiset ovat elinkeinoelämän sekä ulkomaiden ja kansainvälisten liittoumien toimijoissa. Kotimaan politiikan piirissä naisten osuus on keskiarvon mukainen eli viidennes, julkishallinnon toimijoissa hieman yli keskiarvon eli neljännes. Kolmessa pienehkössä viiteryhmässä naiset yltyvät puoleen havainnoista: kansalaisjärjestöissä, muissa tiedotusvälineissä sekä viihteen ja muodissa. Yksityishenkilöistäkin naisilla on kolmanneksen osuus.

Vankimmalla enemmistöllä miehet hallitsevat ammattiyhdistysliikettä, urheilua, poliisia ja puolustusta. Myös lehtien oma maailma on miehinen: toimittajien kirjoittamista, etusivuille nostetuista mielipidejutuista miesten kirjoittamia on 58 prosenttia.

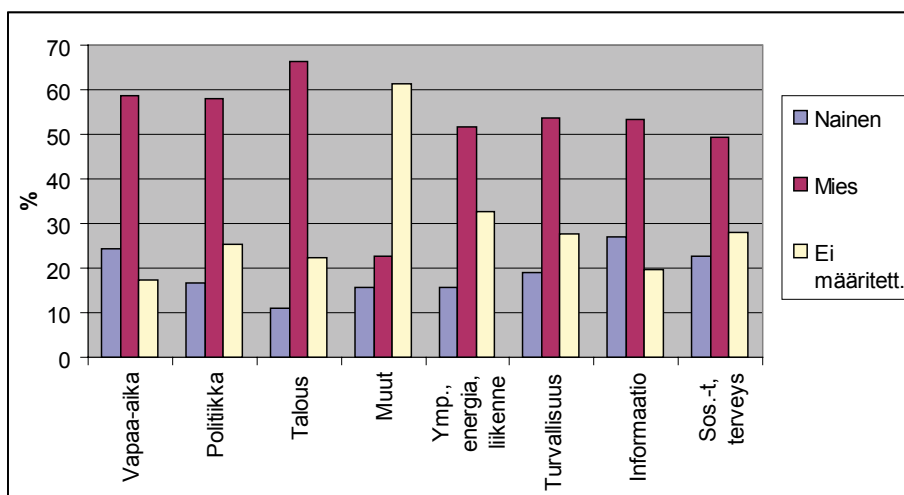
Taulukko 11. Juttujen keskeisin taho päätoimijan sukupuolen mukaan tarkasteltuna

(%)	Nainen	Mies	Ei määritettävissä	Yht.	Viiteryhmän havainnot
Ulk. valtio, EU, kv-elin	13	53	34	100	116
Kotimaan politiikka	21	50	29	100	122
Julkishallinto	25	56	19	100	163
Poliisi, puolustus	0	78	22	100	41
Tiede, tutkimus	23	65	12	100	57
Elinkeinoelämä	9	67	24	100	117
Ay-liike	7	86	7	100	14
Uskonnolliset yhteisöt	20	70	10	100	10
Maa- ja metsätalous	0	100	0	100	4
Kansalaisjärjestöt	57	43	0	100	21
Urheilu	6	84	10	100	82
Taide, kulttuuri	27	68	5	100	62
Muu tiedotusväline	52	43	4	100	23
Viihde ja muoti	48	48	4	100	50
Yksityishenkilö	31	51	18	100	96
Lehti itse	16	58	26	100	38
Muu, epäselvä	5	14	81	100	183
Yht.	19	53	28	100	N = 1199

Aiheiden näkökulmasta katsottuna sukupuoli- jaossa ei tule vastaan yllätyksiä. Kaikissa aihepiireissä miespuoliset päätoimijat ovat saaneet osuuksia noin 50 prosentista noin 65 prosenttiin lukuun ottamatta 'muut aiheet' ryhmää.

Naiset eivät siis päätoimijoina hallitse mitään aihepiiriä. Suurimmillaan, 27 prosentissa, naisten osuudet ovat informaation aihepiirissä ja siinä vahvin edustus naisilla on koulutuksessa. Toiseksi suurimpana naispäätoimijoilla on vapaa-ajan aiheiden rypäs (24 %) ja kolmantena sosiaaliturvan ja terveyden aihepiirit (23 %). Aihepiirejä hienojakoisemmista 32 aihealueesta naisilla on enemmistö vain kahdessa. Nämä ovat perhe ja parisuhde sekä kotitalous, ruoka ja kuluttaminen.

Kuvio 11. Päätoimijoiden sukupuolten jakautuminen aihepiireissä (kukin aihepiiri 100%)



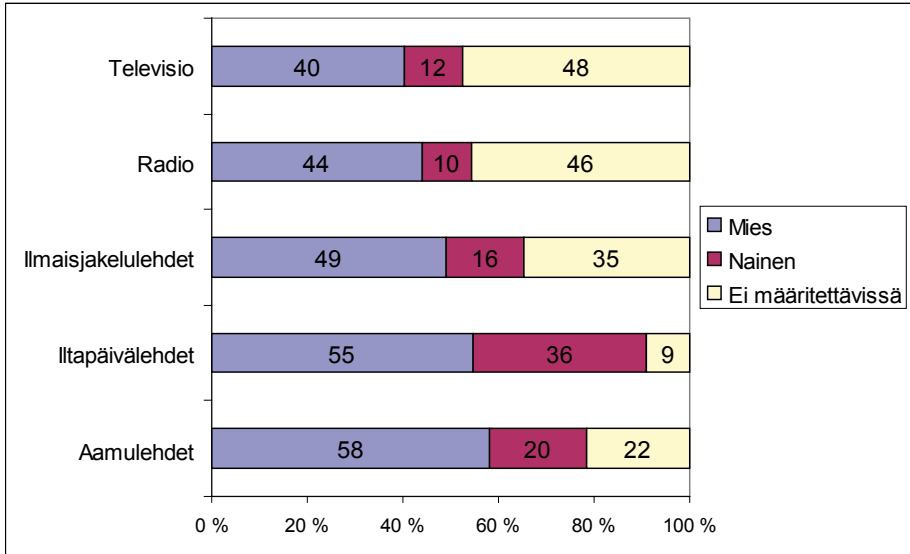
3.7.3. Naisten osuus on suurin iltapäivälehdissä

Viestinryhmien kesken on sukupuolten osuuksissa suuria eroja. Kaikissa ryhmissä kuitenkin selvä enemmistö juttujen päätoimijoista on miehiä. Miesten osuus päätoimijoista vaihtelee 40:n ja 58 prosentin välillä. Naisten saama osuus havainnoista liikkuu 10 ja 36 prosentin välillä. Enimmilläänkin (iltapäivälehdet) naiset saavat vähemmän päätoimijahavaintoja kuin miehet alimmillaan (televisio).

Uutismaailman toimijat ovat useimmiten miespuolisia etenkin sähköisissä medioissa, joiden uutisvalinnoissa politiikan aihepiiri lohkaisi suurimman viipaleen. **Radiossa ja televisiossa** esiintyy runsaasti kansainvälisten liittoumien ja ulkomaiden tahoja sekä kotimaisen politiikan, julkishallinnon ja elinkeino-

elämän edustajia. Juuri näissä naisten edustus on pieni. Niinpä sähköisissä medioissa naisten osuus kutistuu kymmenen prosentin tuntumaan. Huomattavan paljon radiossa ja televisiossa on myös juttuja, joissa päätoimijaksi ei voida nimetä yhtä yksittäistä henkilöä.

Kuvio 12. Jutun päätoimijoiden sukupuolijakauma viestinyhmittäin (N = 1199)



Naisten osuus on suurimmillaan yksityishenkilöitä sekä viihteen, muodin ja urheilun toimijoita suosivissa **iltapäivälehdissä**. Tosin niissäkin miehillä on selvä enemmistö 20 prosenttiyksikön etumatalla. Miehet ja naiset sijoittuvat iltapäivälehdissä samoihin suuriin aihepiireihin (vapaa-aika ja turvallisuus) ja tarkemmissa aihealueissa lähentulkoon samoihin teemoihin. Miehille esiintyy päätoimijoina etenkin silloin, kun on tehty urheilija-haastattelu tai parisuhdejuttu tai kun käsitellään tv-viihdettä, populaarimusiikkia, rikoksia, liikenneonnettomuuksia tai tulipaloja. Naisten lista on samanlainen urheilija-haastatteluja ja tulipaloja lukuun ottamatta.

Ilmaisjakelulehdissäkin esiintyy usein viihteen, muodin ja urheilun toimijoita sekä yksityishenkilöitä. Ilmaislehtien sukupuolijakauma on kuitenkin lähempänä radiota ja televisiota kuin iltapäivälehtiä. Naisten osuus päätoimijoista on vain 16 prosenttia eli 20 prosenttiyksikköä alhaisempi kuin iltapäivälehdissä. Taustalla on mm. se, että ilmaislehdet käyttävät paljon uutistoimistojen materiaalia ja tekevät selvästi vähemmän toimituksen omia juttuja kuin iltapäivälehdet.

Aamulehdissä miesten enemmistö on suurimmillaan, lähes 60 prosenttia päätoimijoista. Tässä viestintäryhmässä keskeisiä viiteryhmiä ovat julkishallinto, elinkeinoelämä, kotimaan politiikka ja yksityishenkilöt. Nämä kaikki ovat vahvasti miehisiä viiteryhmiä myös koko aineistossa. Tutkitun **kuuden aamulehden kesken on kuitenkin eroja**. Sukupuolten osuudet lehdittäin vaihtelevat kuten myös päätoimijoiden taustatahot. **Eniten naisia** oli päätoimijoina Aamulehdessä ja Savon Sanomissa (kummassakin 27 %), **vähiten** Ilkassa ja Helsingin Sanomissa (15 %)⁵.

Taulukko 12. Miesten ja naisten osuudet eri viestimien päätoimijoista (N = 1199)

(%)	Nainen	Mies	Ei määritettävissä	Yht.
Aamulehti	27	59	15	100
Helsingin Sanomat	15	61	24	100
Ilkka	15	67	18	100
Kaleva	19	45	36	100
Savon Sanomat	27	62	11	100
Turun Sanomat	21	58	21	100
Ilta-lehti	40	50	10	100
Ilta-Sanomat	32	59	8	100
Metro-lehti	20	54	27	100
Uutislehti 100	13	44	43	100
Päivän peili	10	53	37	100
Radio Nova	11	22	67	100
Yle/TV	13	41	46	100
MTV	12	39	49	100
Yht.	19	53	28	100

5 Selitystä sukupuolituloksille voi etsiä myös päätoimijaryhmistä. Suurin ryhmä julkishallinto ei tätä eroa selitä, sillä sekä Aamulehdellä että Ilkalla kuten Savon Sanomillakin julkishallinto oli suurin ryhmä. Ilkka suosi päätoimijaryhmiä, joissa miehillä on koko aineistossakin iso osuus (elinkeinoelämä ja urheilu), toisaalta siltä puuttui kokonaan viihde, jossa naisten edustus olisi saattanut olla suuri. Aamulehdellä sekä urheilua että elinkeinoelämää on suhteellisesti vähemmän, mutta vastaavasti miesten hallitsemaa ulkomaiden politiikkaa enemmän, naisten suurempi osuus ei siis sen kohdalla näytä liittyvän noihin kolmeen viiteryhmään. Savon Sanomien suuret päätoimijaryhmät ovat julkishallinnon ohella elinkeinoelämä ja yksityishenkilöt, ensimmäinen miesten ja toinen naisten reviiiriä. Helsingin Sanomissa julkishallinnon osuus on useita muita lehtiä pienempi ja muuten aiheet jakautuvat eri luokkiin tasaisemmin. Aamulehdessä, Savon Sanomissa ja Helsingin Sanomissa päätoimijoiden taustataho ei näytä liittyvän sukupuolijakaumaan.

3.7.4. Miesten osuus päätoimijoista on kasvanut vuodesta 1996

Naisten ja miesten esiintymisessä uutismediassa ei ajallisesti verrattuna ole tapahtunut suuria muutoksia naisten osalta, heidän osuutensa on laskenut 1 prosenttiyksiköllä. Miesten osuus sen sijaan on noussut selvästi eli 8 prosenttiyksiköllä (kuvio 13 sivulla 52).

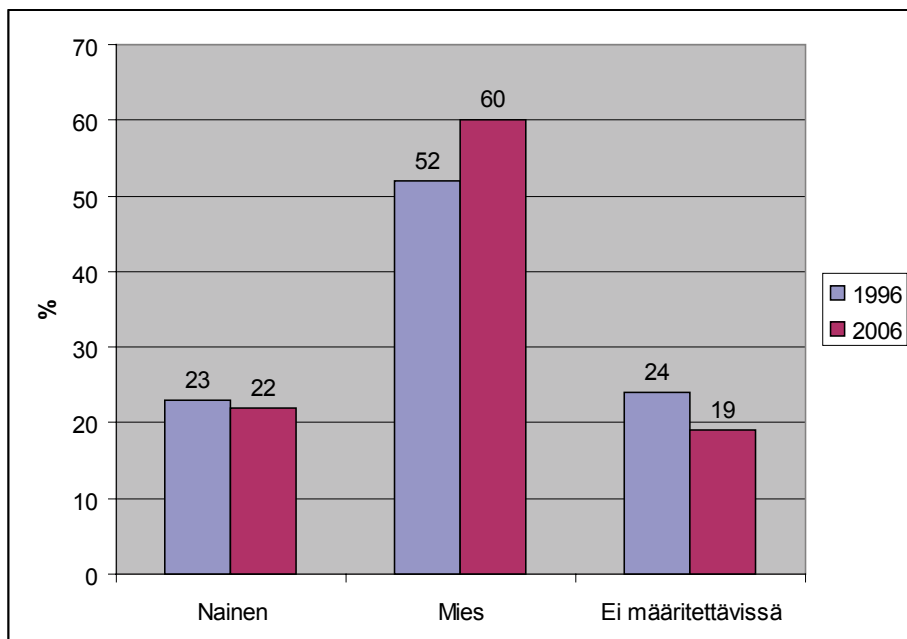
Lehtien kesken muutokset ovat erisuuntaisia. Vuodesta 1996 vuoteen 2006 Aamulehdessä naisten osuus on kasvanut 6 prosenttiyksiköllä, kun se Helsingin Sanomissa on laskenut 3:lla. Ylipäänsä Aamulehden etusivulla on tuntuvasti enemmän naispuolisia päätoimijoita kuin Helsingin Sanomissa, ero on noin 12 prosenttiyksikköä vuoden 2006 aineistossa. Ilta-Sanomissa naisten osuudessa ei ole juuri muutosta (taulukko 13).

Taulukko 13. Naisten ja miesten määrän ajallinen vertailu

(%)	Nainen		Mies		Ei määritettävissä		Yht.
	1996	2006	1996	2006	1996	2006	
Aamulehti	21	27	55	59	24	15	100
Helsingin Sanomat	18	15	56	61	26	24	100
Ilta-Sanomat	33	32	44	59	23	8	100
Yht.	23	22	52	60	24	19	100

Yhteistä kaikille on se, että miesten osuudet päätoimijoissa ovat kaikissa lehdissä kasvaneet ja ovat 60 prosentin tuntumassa vuonna 2006. Miesten osuuden suurin kasvu tapahtuu Ilta-Sanomissa samaan aikaan, kun sen juttumäärä vähentyy ja aihepiirit keskittyvät entistä enemmän rikoksiin, onnettomuuksiin ja parisuhteisiin. Aiheiden muutos ja sen esille kutsuma muutos juttujen päätoimijoiden sukupuolijakaumassa kertoo toimituksellisista ratkaisuista ja on vastaus kilpailutilanteeseen toisen iltapäivälehdessä kanssa.

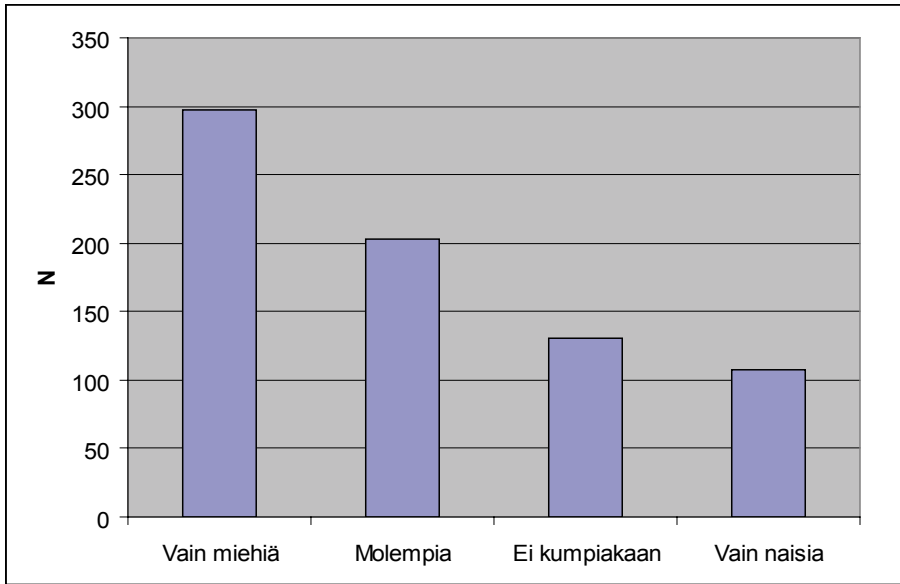
Ei määritettävissä olevien tahojen osuuden lasku Ilta-Sanomissa ja Aamulehdessä on huomattava. Ilta-Sanomat on keskittynyt entistä enemmän yksittäisten henkilöiden asioihin pois yleisemmistä uutisaiheista, joten jutuilla useimmiten on selvä taho, josta puhutaan tai joka puhuu.

Kuvio 13. Päätoimijoiden sukupuoli vuosien 1996 ja 2006 aineistossa (N = 213 ja 361)

Sukupuolten sijoittuminen aiheisiin poikkeaa paljon vuosien 1996 ja 2006 välillä. Naisten osuudet ovat nousseet mm. seuraavissa aiheissa: ulkomaat ja ulkomaiden politiikka, kansalliset ja kulttuuriset vähemmistöt, rikokset, onnettomuudet ja yritystalouselous. Miesten osuuksissa nousua on mm. aiheissa: puoluepolitiikka ja valtakunnan politiikka, Suomen ulkopoliittikka, Suomen ulkoinen turvallisuus, onnettomuudet ja talouspolitiikka.

3.7.5. Valokuvissakin miehet esiintyvät naisia useammin

Sukupuolten näkyvyyttä uutismediassa tutkittiin myös lehtien kuvallisesta aineistosta, valokuvista ja piirroksista. Kuvallahan on suuri huomioarvo lehtijutussa, se omaksutaan nopeasti ja se osaltaan vaikuttaa jutun tulkintaan ja luo sille merkityksiä. Televisioutiset eivät ole mukana tässä tarkastelussa. Lehtijutun kuvitusta käsiteltiin yhtenä kokonaisuutena ja kaikki kuvissa esiintyvät henkilöt ovat mukana tarkastelussa; tässä ei siis katsottu vain päätoimijaa. Kuvituksen sukupuoli -muuttujan vaihtoehdot ovat: 1) vain naisia, 2) vain miehiä, 3) molempia, 4) ei kumpiakaan tai ei määritettävissä.

Kuvio 14. Lehtijuttujen kuvituksessa esiintyvien henkilöiden sukupuoli (N = 738)

Kuvallisessa aineistossa tilanne on sama kuin tekstissäkin: miessukupuoli hallitsee selvästi. Kuvissaan vain miestä esittäviä juttuja on lähes kolminkertaisesti vain naisia esittäviin verrattuna. Niitä on myös selvästi enemmän kuin juttuja, joiden kuvissa esiintyvät molemmat sukupuolet (taulukko 15 sivulla 54).

Kaikkiaan kuvitusta on 83 prosentissa tutkitusta lehtiaineistosta eli yhteensä 738 jutturyppäässä. Valokuvia niissä on yhteensä 1597 kappaletta ja piirroksia sekä muita graafisia esityksiä 379 kappaletta.

Taulukko 14. Kuvallisten juttujen määrä lehdissä 2006

	Lkm.	Yht. %
Valokuva, piirros, graafinen esitys	738	83
Ei kuvitusta	153	17
Yht.	891	100

Taulukko 15. Kuvitusten sukupuolet viestinryhmittäin

(%)	Vain naisia	Vain miehiä	Molempia	Ei kumpikaan	Yht.
Aamulehdet	14	40	29	18	100
Iltapäivälehdet	19	35	36	10	100
Ilmajakelulehdet	17	47	11	25	100
N = 738	16	41	25	18	100

Aamulehtien ja iltapäivälehtien kuvituksessa sekä miesten että naisten osuudet ovat pienempiä kuin päätoimijoissa. Päätoimijasta riippumatta niissä on paljon kuvia, joissa esiintyy sekä miehiä että naisia. Kenties aamulehtien juttujen päätoimijamiesten hallitsevaa asemaa (58 %) lieventää se, että lähes 30 prosentissa miespäätoimijoiden jutuista kuvituksessa esiintyy myös naisia. Naisten näkyvyys aamulehtien kuvissa (yhteensä 43 %) ylittää heidän 20 prosentin osuutensa juttujen päätoimijoista. Ilmajakelulehdillä päätoimijoiden ja kuvituksen sukupuoliosuudet ovat suurin piirtein samaa luokkaa.

3.7.6. Yhteiselo kuvituksessa yleistyi

Ajallisessa vertailussa suurin muutos on kuvallisten juttujen määrän kasvu 90:llä vuodesta 1996. Kasvu on suhteessa etusivujen juttumäärien nousuun (vrt. luku 3.2.1.) Sukupuolten esittämisen määrissä laski vain naisia esittävien kuvitusten määrä. Mieskuvien suhteellinen osuus pienentyi hieman, vaikkakin lukumäärä kasvoi 30:lla. Saman verran kasvoi molempia sukupuolia esittävien kuvitusten joukko, mutta niillä kasvoi myös prosenttiosuus 2 yksiköllä. Suhteellisesti nousi myös sellaisten juttujen osuus, joiden kuvissa ei esiinny ihmistä lainkaan. Kokonaisuutena tulokset ovat saman suuntaisia kuin juttujen päätoimijoiden kehityksessäkin: miesten enemmistöasema pysyy vahvana etusivujen julkisuudessa.

Taulukko 16. Naiset ja miehet ajallisessa vertailussa kuvallisissa lehtijutuissa

(%)	Aamulehti		Helsingin Sanomat		Ilta-Sanomat		Yht.	
	1996	2006	1996	2006	1996	2006	1996	2006
Naisia	12	12	16	13	21	12	16	12
Miehiä	44	34	42	48	42	35	43	41
Molempia	24	30	27	25	33	47	28	30
Ei ihmistä	20	24	15	15	4	6	14	17
Yht.	100	100	100	100	100	100	100	100
N	75	109	62	136	52	34	189	279

Aamulehdessä kuvituksen suunta kulkee hieman vastavirtaan koko aineiston havaintojen kanssa. Vain naisia sisältävä kuvitus säilyttää suhteellisen osuutensa ja miesten osuus laskee selvästi. Myös juttujen päätoimijoissa naisten osuus kasvoi Aamulehdessä.

Helsingin Sanomissa sen sijaan kasvoi vain miehiä esittävien kuvitusten osuus ja naisten osuus laski. Sama kehitys oli Helsingin Sanomien juttujen päätoimijoissa eli miesten näkyvyys lisääntyi sen sivuilla. Koska kuvitetujen juttujen määrä lehdessä on kaksinkertaistunut, ovat lukumäärät kaikissa kuva-luokissa kasvaneet, vaikka suhteellisissa osuuksissa muutokset ovat pienehköjä. Ilta-Sanomissa juttujen määrä kuitenkin laski. Suhteellisesti ja lukumääräisesti vain naisia tai vain miehiä esittävien kuvitusten osuus vähentyi, mutta molempia sukupuolia esittävien osuus kasvoi selvästi.

Jos näkyvyyden ajatellaan olevan merkittävyyttä ja näkymättömyyden tarkoittavan vaatimatonta asemaa, naisten ja miesten osuuksien kehitys kertoo miesten aseman olevan vahva ja pysyvänkin sellaisena. Mutta vain kahden vuoden aineistosta on vaikea vetää johtopäätöksiä mahdollisista yleisemmistä trendeistä, sillä muutokset eri lehdissä näyttävät vievän hieman eri suuntiin.

3.8. Miesten ja naisten esittämisen tavat

3.8.1. Naisia ja miehiä kuvataan eri tavoin

Edellä luvussa 3.7. puhuttiin naisten ja miesten näkyvyyden määrästä uutismediassa. Koska kiinnostavaa on myös tarkastella *miten* naisia ja miehiä esitetään, asiaa varten kehitettiin oma muuttujansa. Tutkimustiedon pohjalta tiedetään, että esimerkiksi naispoliitikkoja on viestimissä käsitelty jossain määrin miehistä poikkeavalla tavalla. Miespoliitikkoja useammin huomio on naisten kohdalla ohjautunut mm. sellaisiin seikkoihin kuin perheen ja uran yhdistämiseen, ikään tai ulkonäköön⁶.

Tässä tutkimuksessa on sovellettu naispoliitikkojen esittämiseen liittyviä havaintoja koko päätoimija-aineistoon ammatista tai sukupuolesta riippumatta.

6 On havaittu eroavuuksia mm. siinä, miten juttu puhuttelee naisia ja miehiä. Kun naisesta tulee pääministeri, häneltä kysytään esimerkiksi miten hän yhdistää vaativan työnsä naisen ja puolison rooliin, mitä ei kysytä mieheltä. Mies- ja naispolitiikan puhetta luonnehditaan ja raportoidaan usein eri tavalla ja naisia esitellään stereotyyppisesti käyttämällä sukupuolistavia kuvailevia adjektiiveja iästä, fyysisestä olemuksesta ja ulkoasusta. Naisten kohdalla on todennäköisesti myös relevantimpaa mainita aviollinen status. On myös tyypillistä mainita henkilön sukupuoli, jos hän on nainen (esim. naispresidentti tai naispääministeri, ei miespääministeri (Mervi Pantti, verkkosivusto <http://www.portray-ingpolitics.org/research.php>).

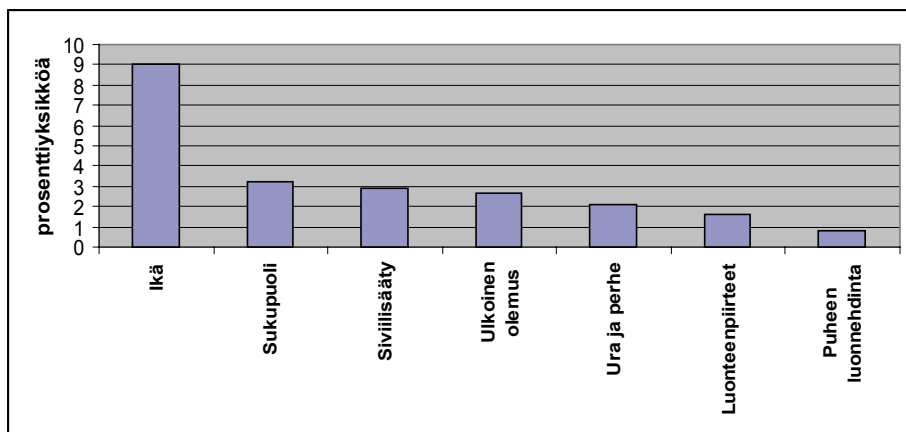
Tavoitteena oli testata, erotteleeko muuttuja naisten ja miesten esittämistä yleisemminkin.

Toki tiedossa on, että julkisen tai yksityisen toiminnan piiriin kuuluvien aiheiden yhteydessä haastateltavia voidaan kohdella eri tavoin. Tällöin vaikkapa maininta ulkoisesta olemuksesta ei välttämättä enää merkitsekään samanlaista ”poikkeamaa asiasta” kuin politiikan yhteydessä on asian laita. Myös puheen luonnehdinta saattaa olla sellainen seikka, jonka merkitys muuttuu julkisen toiminnan ulkopuolelle astuttaessa tai kun siirrytään politiikasta esimerkiksi urheiluun.

Sukupuolten esittämistä aineistossa tutkittiin luokittelemalla jutut sen mukaan tuotiinko esiin a) päätoimijan ikä, b) sukupuoli, c) siviilisääty, d) uran ja perheen yhdistäminen, e) ulkoinen olemus, f) luonteenpiirteet tai g) luonnehdittiinko päätoimijan puhetta jollain erityisellä tavalla.

Juttuja, joissa tuotiin esiin jokin tai jotkin edellä mainituista seikoista, oli kaikkiaan 167 kappaletta (14 % aineistosta). Päätoimijana näissä jutuissa oli 63 tapauksessa nainen (vajaa 30 % kaikista naispäätoimijoista) ja 104 tapauksessa mies (runsas 15 % kaikista miespäätoimijoista). Edellä sanottu merkitsee sitä, että muuttuja todella jossain määrin erottelee sukupuolten kohtelua jutuissa. Todennäköisyys sille, että naisten yhteydessä mainitaan ainakin jokin muuttujan ilmituomista seikoista, on lähes kaksinkertainen verrattuna juttuihin, joiden päätoimijana on mies. Sähköisissä välineissä tätä muuttujaa koskevia havaintoja ei juuri ole.

Kuvio 15. Naispäätoimijoiden kuvauksen ero miespäätoimijoihin verrattuna (N = 859)



Kuvio 15 (s. 56) esittää nais- ja miespäätoimijoiden suhteellisten osuuksien erotusta muuttujan mainitsemien seikkojen suhteen. Kuvion pylväät esittävät sitä, kuinka paljon naisten osuus havainnoista on miesten osuutta suurempi. Kaikki muuttujan sisältämät seikat erottelevat siis periaatteessa sukupuolia ainakin hiukan, joskin puheen luonnehdinnan osalta ero on jo mitätön. Poliitikkojen osalta eroa ei juuri ole. Koska päätoimijoina olevien naispoliitikkojen määrä (naispoliitikkoja aineistossa on päätoimijana 22 kertaa, miehiä 61 kertaa) on kovin pieni, ei minkäänlainen vertailu ehkä ole mielekäs, mutta todettakoon, että ikä on naisten yhteydessä muutaman kerran mainittu. Taiteen ja kulttuurin piirissä toimiviin naisiin tämä muuttuja sen sijaan yhdistyi usein.

Taulukko 17. Nais- ja miespäätoimijoiden kuvaus viestinyhmittäin

(%)	Aamulehdet		Iltapäivälehdet		Ilmaislehdet	
	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet
Ikä	18	9	25	19	28	4
Puheen luonnehdinta	12	10	11	24	0	4
Sukupuoli	4	1	4	2	17	2
Siviilisääty	4	1	11	7	6	0
Ura ja perhe	3	0	4	2	0	0
Ulkoinen olemus	3	0	11	7	6	4
Luonteenpiirteet	1	0	7	5	6	2
Ainakin jokin yllämainituista	29	19	50	38	33	11
	n = 142	n = 411	n = 28	n = 42	n = 18	n = 54

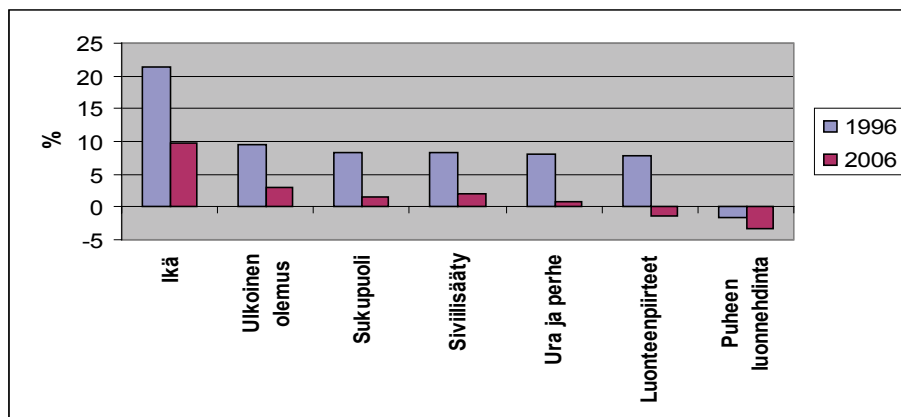
Viestinyhmittäin silmiinpistävimmät erot ovat ehkä ilmaislehtien kohdalla (ikä ja sukupuoli on mainittu tavattoman usein miehiin verrattuna) – mutta niissä naispäätoimijoiden määrä on niin pieni, että suuret prosenttiluvut syntyvät kovin pienistä määristä. Yleisesti ottaen iän mainitseminen on kuitenkin selvästi erotteleva tekijä kaikissa viestinyhmissä. Ikä liitetään naiseen useammin kuin mieheen.

3.8.2. Erot sukupuolten esittämisessä ovat pienentyneet

Vuoden 1996 aineistossa naisia oli päätoimijoina kaikkiaan 50 jutussa – näistä tämä muuttaja koski tavalla tai toisella 22 juttua. Toisin sanoen vajaata 45 prosenttia naisista luonnehdittiin esillä olevan muuttujan jollain aspektilla. Myös miesten kohdalla tätä muuttujaa koskevien havaintojen määrä on suuri: kaikkiaan runsas neljännes heistä tuli kirjatuksi tämän muuttujan piiriin. Selitys

lienee ensinnäkin siinä, että Ilta-Sanomien osuus on vuoden 1996 aineistossa suuri. Toiseksi iltapäivälehdet ovat aika hanakoita tarttumaan juuri miesten puheeseen. Miehiä koskevat havainnot keskittyvätkin juuri kahteen tämän muuttujan tarkastelemaan seikkaan: ikään ja puheeseen. Naisten kohdalla kaikki muuttujan mainitsevat seikat jakautuvat paljon tasaisemmin. Tämä näkyy myös kuviossa 16. Se esittää nais- ja miespäätoimijoiden vertailuaineistoissa saamien arvojen erotuksen vuosilta 1996 että 2006.

Kuvio 16. Naispäätoimijoiden kuvauksen ero miespäätoimijoihin verrattuna vuosina 1996 (N = 161) ja 2006 (N = 294)



Lukuun ottamatta puheen luonnehdintaa kaikki tarkastellut seikat erottelivat sukupuolia vuoden 1996 aineistossa olennaisesti selvemmin kuin vastaavissa lehdissä vuonna 2006. Vertailtavissa lehdissä puheen luonnehdinta ei ole kumpanakaan ajankohta ollut erotteleva tekijä. Itse asiassa miesten puheeseen on puututtu kumpanakin vuotena hiukan useammin kuin naisten, ja siksi kuviossa 16 arvot ovat puheen luonnehdinnan osalta negatiivisia kumpanakin vuonna. Luonteenpiirteisiin puuttuminenkaan ei juuri erottele sukupuolia vuonna 2006, miesten luonteenpiirteisiin on tuolloin puututtu aavistuksen useammin kuin naisten. Tarkat arvot miesten ja naisten osalta ovat nähtävissä taulukosta 18.

Taulukko 18. Naisten ja miesten esittämisen tavat 1996 ja 2006

(%)	1996		2006	
	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet
Ikä	34	13	21	11
Sukupuoli	10	2	3	1
Siviilisääty	10	2	4	2
Ura ja perhe	8	0	1	0
Ulkoinen olemus	14	5	4	1
Luonteenpiirteet	16	8	0	1
Puheen luonnehdinta	10	12	6	10
Yht. %	44	26	31	20
N	50	111	78	216

Muuttujan kaikki osatekijät menettävät siis erottelevaa merkitystään ja tältä osin naisten ja miesten luonnehdinta lehdissä alkaa muistuttaa toisiaan. Myöskään tämän muuttujan kohdalla johtopäätöksiä pitkäkestoisemmista trendeistä ei voida tehdä pelkästään kahden vuoden havaintojen pohjalta.

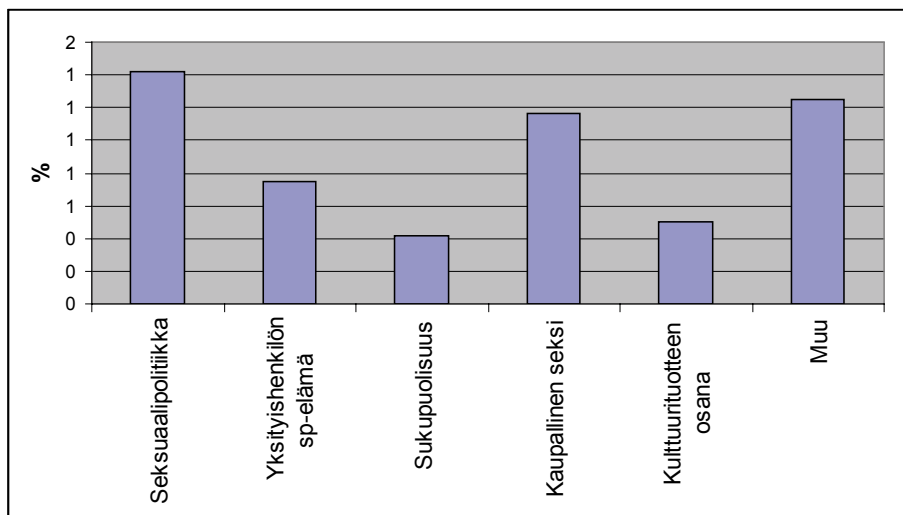
3.9. Seksuaalisuus ja sukupuolielämä

Seksuaalisuuteen ja sukupuolielämään liittyvä aineisto lehdissä on varsin monenlaista lähtien lainsäädäntötyötä ja sukupuolisuutta yleensä käsittelevistä jutuista kertomuksiin julkisuuden henkilöiden yksityiselämästä. Seksuaalisuuteen liittyvä uutisointi on herättänyt huolta kahdestakin syystä. Osin on paheksuttu yksityisimpien asioiden kulkeutumista julkisuuteen ja näkyville. Aiemmin tabuna pidetystä aihepiiristä on tullut arkipäiväistä uutisaineistoa. Toisaalta seksuaalisuuteen liittyvissä juttuaiheissa on ajoittain nähty journalismin hankkiutumista viihteellisyyteen ja triviaalien juorujen pariin merkittävämpien aiheiden kustannuksella.

Onko seksuaalisuuteen liittyvää aineistoa paljon ja mitä se on? Tätä selvitettiin kirjaamalla aineistosta sukupuolisuutta käsitteleviä aiheita. Nämä jaettiin tarkemmin 1) seksuaalipolitiikkaa tai ihmiskauppaa, 2) yksityishenkilöiden sukupuolielämää, 3) sukupuolisuutta yleisesti käsittelevään aineistoon tai 4) prostituutiota tai erotiikkapalveluita koskevaan sisältöön (kaupallinen seksi). Edelleen oma luokkansa on se, kun seksuaalisuutta käsitellään jonkin 5) kulttuurituotteen osana (esimerkiksi vaikkapa elokuva-arvostelun yhteydessä).

Lisäksi käytössä oli luokka 'muu', jossa voi olla kyse myös useammasta edellä mainitusta aiheesta.

Kuvio 17. Seksuaalisuutta sisältävä aineisto (N = 1199)



Tällaisia seksuaalisuuteen liittyviä havaintoja on kaikkiaan 66 jutussa, mikä tarkoittaa vajaata 6 prosenttia tutkitusta aineistosta. Seksuaalisuuteen liittyvien aiheiden osuus oli suurin iltapäivälehdissä (16 %) ja pienin televisiossa (3 %). Useimmissa viestinyhmissä aihetta käsiteltiin noin viidessä prosentissa aineistoa.

Sukupuolisuuden aspektit jakautuivat epätasaisesti eri välineryhmiin. Seksuaalipolitiikkaa (17 havaintoa yhteensä) käsitellään aamulehdissä, sähköisissä välineissä ja ilmaisjakelulehdissä, mutta ei iltapäivälehdissä. Yksityishenkilöiden sukupuolielämä (9 havaintoa) kiinnostaa sekä iltapäivä- että aamulehtiä, sukupuolisuus yleensä (5 havaintoa) etenkin aamulehtiä. Kaupallista seksiä (14 havaintoa) käsiteltiin kaikissa välineryhmissä, myös aamulehdissä kolmen jutun verran, vaikka prosentit ovat pyöristyneet nollassa. Kulttuurituotteen osana seksuaalisuutta käsitellään iltapäivälehdissä ja aamulehdissä, samoin niissä on muuta sukupuolisuutta (yhteensä 15 havaintoa) käsittelevää aineistoa.

Taulukko 19. Seksuaalisuusaihe viestinyhmittäin

(%)	Aamu- lehdet	Iltapäivä- lehdet	Ilmais- lehdet	Radio	Televisio	Yht. %	Yht. lkm.
Seksuaalipolitiikka	1	0	2	3	1	1,4	17
Yksit.hlöön sukupuolielämä	1	5	0	0	1	0,8	9
Sukupuolisuus yleensä	1	1	0	0	0	0,4	5
Kaupallinen seksi	0	4	2	2	2	1,2	14
Kulttuurituotteen osana	1	3	0	0	0	0,5	6
Muu	2	3	1	0	1	1,3	15
Yhteensä	5 %	16 %	5 %	6 %	3 %	6 %	66
	36 kpl	12 kpl	5 kpl	7 kpl	6 kpl	66 kpl	
N	704	77	110	127	181	1199	

Pääuutiseksi seksuaalisuus nousee kahdeksan kertaa: kaupallinen seksi neljä kertaa ja seksuaalipolitiikka kolmesti sekä yksityishenkilön sukupuolielämä kerran. Yhtä lukuun ottamatta nämä uutiset julkaistiin samana havaintopäivänä 14. lokakuuta. Aiheita jutuissa oli kaksi: kokoomuksen puoluesihteerin paritusepäily ja eduskunnan päätös naisparien hedelmöityshoidosta.

Taulukko 20. Seksuaalisuusaihe ja jutun päätoimija

(Lkm.)	Seksuaali- politiikka	Yksit. sp- elämä	Suku- puolisuus	Kaupall. seksi	Kulttuuri- tuotteessa	Muu	Yht.
Nainen	9	2	2	1	4	7	25
Mies	4	5	3	11	2	8	33
Ei määrit.	4	2	0	2	0	0	8
Yht.	17	9	5	14	6	15	66

Sukupuolittain tarkasteltuna seksuaalisuusaiheita esiintyy suhteellisesti enemmän naisten kuin miesten päätoimijaryhmissä (11 % naiset, 5 % miehet), mutta koska miehiä on huomattavasti enemmän päätoimijoina, absoluuttiset luvut ovat miesten kohdalla korkeammat. Naispäätoimijat liittyvät juttuihin, joissa on kyse seksuaalipolitiikasta ja seksuaalisuudesta kulttuurituotteessa. Miesten aluetta ovat kaupallisen seksin, sukupuolisuuden yleensä ja yksityishenkilöiden sukupuolielämän aiheet.

Seksuaalisuusaiheita sisältävien juttujen määrä kaksinkertaistui

Ajallinen vertailu kertoo, että sukupuolisuuteen liittyvän aineiston määrä vertailuaineistossa nousi 14:stä 29:een eli se on kaksinkertaistunut vuodesta 1996 vuoteen 2006. Suhteellisessa osuudessa kyse on vain yhden prosenttiyksikön noususta seitsemästä kahdeksaan prosenttiin, koska etusivujen juttumäärä on kasvanut roimasti.

Taulukko 21. Seksuaalisuusaiheiden esiintyminen vertailuaineistossa

(Lkm.)	Aamulehti		Helsingin Sanomat		Ilta-Sanomat		Yhteensä	
	1996	2006	1996	2006	1996	2006	1996	2006
Seksuaalipolitiikka	0	3	1	3	3	0	4	6
Yksit.sukup.elämä	0	0	1	3	2	1	3	4
Sukupuolisuus	0	2	0	1	0	0	0	3
Kaupallinen seksi	0	1	0	0	0	2	0	3
Kultt.tuotteessa	1	2	1	0	1	2	3	4
Muu	1	3	0	5	3	1	4	9
Yht.	2 kpl 2 %	11 kpl 8 %	3 kpl 4 %	12 kpl 7 %	9 kpl 16 %	6 kpl 16 %	14 kpl 7 %	29 kpl 8 %
N	84	143	72	181	57	37	213	361

Suhteellisesti eniten seksuaalisuusaiheita viljelevä Ilta-Sanomat pysytti niiden osuuden muuttumattomana. Sukupuolisuusteemojen määrä on Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa kasvanut suhteessa enemmän kuin etusivujen juttumäärä. Siten aineisto tukee käsityksiä seksuaalisuuden aiempaa runsaammasta esilläolosta uutismediassa. Havaintojen lisääntymisen taustalla ovat myös ajankohtaan sijoittuvat uutistapahtumat, valmisteluvaiheissaan paljon keskustelua herättänyt laki hedelmöityshoidoista ja kokoomuksen puoluesihteerin paritusrikosepäily. Joka tapauksessa tulokset kertovat lehtien uutisarvostuksista. Seksuaalisuuteen liittyvät aiheet ovat kaikkien viestinyhmien uutisagendalla.

Onko tapahtunut pelättyä siirtymistä juoruiluun tai tirkistelyyn? Kysymykseen voi etsiä vastausta kirjoituksen tyyliä luotaavan muuttujan avulla. Dramatisoiva esitystapa (tirkistelyä, erotisointia, sensaatiohakuisuutta, vrt. luku 3.10.) liittyy lähinnä yksityishenkilöiden sukupuolielämää käsitteleviin ja osaan kaupallista seksiä ruotivista jutuista. Muiden seksuaalisuusaiheiden kohdalla sitä ei juuri esiinny. Dramatisoivat tyylikeinot ovat lähes yksinomaan iltapäivälehtien käytössä, joten näiden löydösten valossa ei voi sanoa uutisjournalismin ryhty-

neen viljelemään seksuaalisuuteen liittyvää tirkistelyä tai juoruilua, vaikka seksuaalisuusaiheet aiempaa enemmän esiintyvät uutisaineistossa.

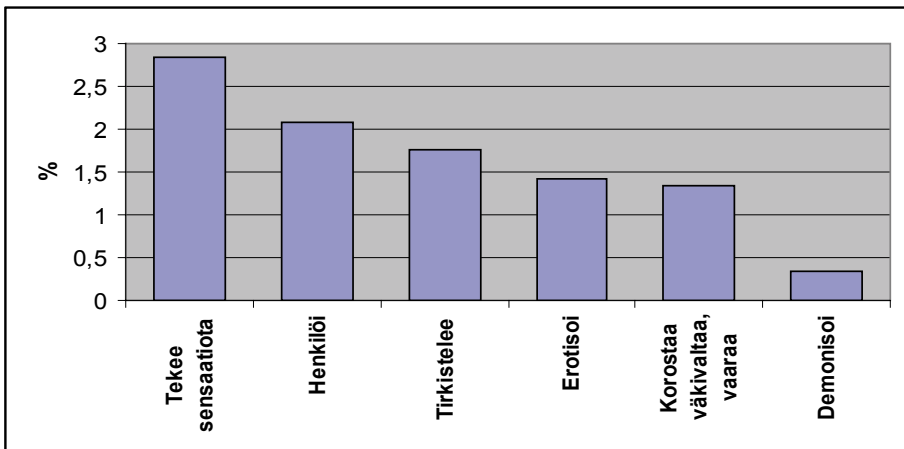
3.10. Dramatisoivat esitystavat

3.10.1. Dramatisoinnin kolme kärjessä: liioittelu, henkilöiminen ja tirkistely

Tässä luvussa tarkastellaan sitä missä määrin etusivun juttuja työstetään dramatisoivien esitystapojen avulla viihteeksi ja elämyksiksi. Sen on ajateltu ilmentävän ns. tabloidisaatiota, minkä – näkökulmasta riippuen – voi ajatella merkitsevän näyttävää muodonantoa sisällön kustannuksella. Jutut jaettiin ryhmiin sen mukaan a) maustettiinkö niitä erotiikalla, b) korostettiinkö niissä väkivaltaa tai vaaraa, c) tirkisteltiinkö niissä ihmisten yksityiselämää, d) liioittelivatko ne voimakkaasti eli loivat sensaatiota, e) demonisoivatko ne kohdettaan tai f) henkilöivätkö ne aihepiiriään voimakkaasti.

Kaikkiaan jokin mainituista elementeistä tai niiden yhdistelmästä on koodattu 78 kertaa eli noin joka neljännessätoista jutussa. Yksittäiset esitystapaelementit jakaantuivat vuoden 2006 aineistossa seuraavasti.

Kuvio 18. Esitystapaelementtien jakautuminen vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Yleensä dramatisointi liittyi rikosuutisiin, jossain määrin myös onnettomuustapauksiin. Tällaisia uutisia oli yli 40 prosenttia kaikista niistä jutuista, joissa havaittiin käytetyn mainittuja esitystapoja. Ennen muuta juttuaiheita liioiteltiin, mutta myös höystettiin korostamalla väkivaltaa tai vaaraa. Juuri pai-

suttelu ja väkivallan korostaminen oli yleisin esitysmuotoelementtien yhdistelmä ja se koski lähes poikkeuksetta rikos- ja onnettomuus uutisointia.

Turvallisuuden ohella toinen aihepiiri, jota verraten usein työstetään edellä esitetyillä elementeillä, on vapaa-ajan, viihteen ja kulttuurin sekä parisuhteen piiri. Jutut keskittyivät tällöin henkilöihin, niissä myös erotisoitiin ja niissä vedottiin tirkistelynhaluun. Kolmas dramatisoinnille jossain määrin altis aihepiiri on politiikka. Sitä työstettiin erotiikan avulla sensaatioiden suuntaan.

3.10.2. Dramatisoivia esitystapoja on lähes yksinomaan iltapäivälehdissä

Kuten taulukko 22 alla osoittaa, etusivullaan juttuja elämyksellistivät, vietteellistivät tai viihteellistivät ennen muuta ja lähes yksinomaan iltapäivälehdet. Iltapäivälehtien 77 jutusta 55:een eli yli 70 prosenttiin kirjattiin ainakin jokin esitystapaelementti. Ilmaisjakelulehdistä tällä tavoin kirjoitettuja juttuja löytyy muutama (vajaa 10 %), aamulehdistä hyvin vähän, alle 2 prosenttia. Aineistoon sisältyvät radio- ja televisiouutiset eivät taas käytä näitä esitystapoja lainkaan.

Taulukko 22. Esitystavan dramatisointi eri viestinyhmissä

(%)	Aamulehdet	Iltapäivälehdet	Ilmaislehdet	Radio	Televisio	Yht.
Tekee sensaatiota	0	40	2	0	0	3
Henkilöi	1	21	5	0	0	2
Tirkistelee	0	22	1	0	0	2
Erotisoi	1	16	1	0	0	1
Korostaa väkivaltaa	0	16	2	0	0	1
Demonisoi	0	5	0	0	0	0
Yht.	2	119	11	0	0	10
N	704	77	110	127	181	1199

Dramatisoidessaan iltapäivälehdet kirjoittavat ennen muuta siis rikoksista ja onnettomuuksista. Niitä käsittelee vajaa puolet tällä tapaa kirjoitetuista jutuista. Asiat suurennellaan tuolloin useimmiten skandaalin tai sensaation tapaisiksi ja niitä maustetaan vielä väkivallalla tai pelkoelämyksillä (tyyliin ”Vaarallinen MURHAMIES pakeni yöhön” kuten Iltalehti 26.10. pääuutisessaan tiesi kertoa). Keskeinen toimijaryhmä jutuissa ovat tuolloin yksityishenkilöt.

Tasan kolmannes puheena olevia esitystapaelementtejä käyttävistä iltapäivälehtien jutuista koskee vapaa-ajan, kulttuurin tai viihteen ja parisuhteen piiriä. Aiheina yleisiä ovat ihmissuhdeongelmat ja -onnelmat (tyyliin ”PAULA oli ILKKA KANERVAN suuri rakkaus”, Ilta-Sanomien 20.10.). Juttuihin sekoitetaan

tilkka erotiikkaa ja lukijalle suodaan mahdollisuus tirkistelyyn. Suosituimpia viiteryhmiä ovat tällöin viihde- ja muotiteollisuus (neljänneksessä tapauksista), taustattomiksi jäävät yksityishenkilöt (runsaassa viidennessä tapauksista) ja urheilijat (15 % tapauksista). Poliitikot ovat näissä merkeissä esillä kutakuinkin yhtä usein kuin urheilijatkin.

Paitsi, että iltapäivälehdet dramatisoivat esitystään tällä tai tuolla tavalla, eri tavat tietysti myös esiintyvät samassa jutussa. Ihan täyskättä ei yksikään juttu saa mutta Ilta-Sanomien onnistuu maanantaina 2.10. sekä tirkistelemään, tekemään sensaatiota, kuvamaan alituista pelkoa sekä demonisoimaan, kertoessaan miten ”Surmattu huippulääkäri ELI VUOSIA PELOSSA”.

Ilmaisjakelulehtien kirjoittaessa tavanomaista railakkaampaan sävyyn, ovat esillä useimmiten niin ikään rikokset sekä perheen ja parisuhteen piiriin kiinnittyvät seikat. Suosituin viiteryhmä niissäkin on viihde- ja muotiteollisuus.

Silloin kun aamulehdet työstävät etusivuaan esillä olevien elementtien avulla, niissä esiintyy yleensä henkilöintiä tai sitten juttu hieman erotisoi. Kumpaakin esiintyy neljässä jutussa runsaan 700 jutun kokonaismäärästä. Kohteena ovat tavalla tai toisella viihteen ja kulttuurin tai urheilun parissa toimivat henkilöt.

Pääuutisiin eivät aamulehdet, radio tai televisio ole sisällyttäneet mitään edellä esitetyistä koukuista. Iltapäivälehtien pääuutisissa niitä on kymmenessä kahdestatoista, seitsemän niistä koskee rikoksia tai onnettomuuksia. Ilmaisjakelulehtien pääuutisiin koukku on lisätty verraten usein, neljä kertaa kymmenessä. Kolme niistä koskee tavalla tai toisella rikoksia tai rikoksantorjuntaa.

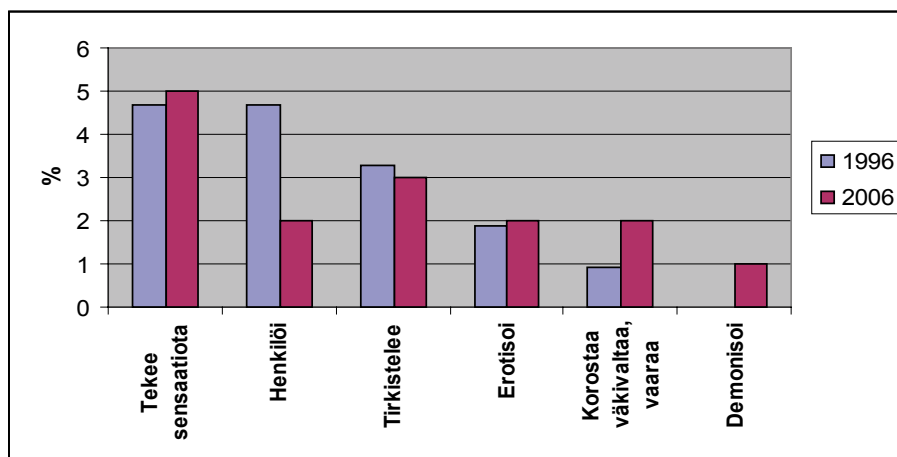
Kaiken kaikkiaan niin sanotun vakavan uutisjournalismin etusivuilla lukijoihin ei vedota tirkistelemällä, heittämällä eroottisia täkyjä, tekemällä sensaatiota tai korostamalla väkivaltaa tai sen uhkaa. Iltapäivälehtien etusivuilla ei taas oikein muuta tehdäkään. Ilmaisjakelulehdissä tällaista esiintyy harvakseltaan, niiden pääuutisissa kuitenkin huomattavasti useammin kuin muuten. Kun lukijaa koskellaan jollain silmiinpistävällä, kyse on kaikkein useimmin hyytävään muotoon kirjoitetusta rikosuutisesta.

3.10.3. Liiioittelu ja väkivallan korostaminen ovat lisääntyneet selvästi Ilta-Sanomien etusivuilla

Sekä vuoden 2006 vertailuaineistossa että vuoden 1996 aineistossa esitystapaa on dramatisoitu 11 prosentissa jutuista. Osuus on selvästi suurempi kuin vuoden 2006 koko aineistossa ja johtuu yksinkertaisesti siitä, että Ilta-Sanomien osuus kummassakin osa-aineistossa on huomattavasti painavampi kuin vuoden 2006 kokonaisotoksessa. Edelleen on niin, että Ilta-Sanomien painoarvo vuoden 1996 aineistossa on suurempi kuin se on vuoden 2006 vertailuaineis-

tossa (Aamulehti, Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat), koska vuonna 2006 aamulehtien juttumäärät ovat huomattavasti suuremmat kuin kymmentä vuotta aiemmin – ja Ilta-Sanomien etusivun juttumäärä taas pienentynyt. Kuten tuonempana käy ilmi, tämä ei alla olevassa taulukossa näy esitystapaelementtien käytön vähenemisenä, koska niiden käyttö Ilta-Sanomissa tihentyy.

Kuvio 19. Dramatisoivien esitystapojen vertailu 1996–2006



Kuviosta näkyy, että henkilöimisen suhteellinen osuus olisi pienentynyt, väkivallan ja vaaran osuus taas vastaavasti kasvanut siirryttäessä vuodesta 1996 vuoteen 2006. 'Julkkiksista' on siis siirrytty rikoksiin. Vuoden 2006 aineistossa tarkasteltavana olevia esitystapaelementtejä sisältäviä juttuja on 36 kappaletta, joista 30 on peräisin Ilta-Sanomista. Vastaavat luvut vuodelta 1996 ovat 24 ja 23. Vuodelta 1996 ei juttuja siis ole tarkasteltaviksi kuin Ilta-Sanomista ja vuonna 2006 tilanne on lähes sama. Vertailu on siis käytännössä Ilta-Sanomien vertailua kahtena eri ajankohtana.

Taulukko 23. Esitystapaelementit Ilta-Sanomissa 1996 (N = 57) ja 2006 (N = 37)

(%)	Sensaatio	Tirkistely	Väkivalta	Henkilöiminen	Erotisointi	Demonisointi
1996	16	12	4	18	7	0
2006	49	24	22	16	14	5

Ensiksikin on todettava, että määrällisissä suhteissa on tapahtunut jyrkkä muutos. Ilta-Sanomien myöhemmässä aineistossa esitystapaelementtien tiheys on kaksinkertaistunut. Vuonna 1996 ne esiintyvät 40 prosentissa etusivun jutuista – vuonna 2006 yli 80 prosentissa. Se, ettei tämä näy verrattaessa vertai-

luaineistoja kokonaisuuksina, johtuu vain siitä, että jälkimmäisessä aineistossa aamulehtien juttumäärät ovat lähteneet hurjaan nousukiitoon, kun taas Ilta-Sanomissa juttumäärät ovat pienentyneet ja aihepiirit harvetessaan pelkistyneet rikoksiksi, onnettomuuksiksi ja parisuhdeasioiksi. Henkilöimistä lukuun ottamatta kaikkien dramatisointikeinojen käyttö on olennaisesti runsaampaa vuonna 2006 kuin 1996. Erityisen paljon ovat kasvaneet liioittelu ja väkivallan sekä vaaran esille tuominen, mikä – jälleen kerran – heijastaa lehden etusivun keskittymistä rikoksiin ja onnettomuuksiin.

Myös niiden aihepiirien osuudet, joita puheena olevin tavoin on dramatisoitu, ovat muuttuneet vastaavalla tavalla. Vuonna 1996 Ilta-Sanomat kirjoitti tällä tavoin eniten vapaa-ajan, kulttuurin ja perheen piiristä. Tuolloin jutut tavanomaisimmin palautuivat ilman mitään yleistä näkökulmaa henkilöönsä tai aihepiiriä vähän tirkisteltiin, asiaa paisuteltiin ja sitä maustettiin erotiikalla. Useimmin esillä olivat tavalla tai toisella muodin, viihteen ja populäärikulttuurin piirissä toimivat henkilöt. Esimerkiksi urheilijoita käsiteltiin etusivulla vastaavalla tavalla harvoin ja poliitikkoja jossain määrin.

Tultaessa vuoteen 2006 on vajaa 60 prosenttia lehden etusivusta dramaattisesti laadittuja rikosuutisia tai sellaisiin liittyviä juttuja. Keskeisiä toimijoita ovat tuolloin yksityishenkilöt. Toki kaikenlainen vapaa-aikaa ja parisuhdemaailmaa koskeva liioitteleva kirjoittelukin on edelleen yleistä, mutta analyysiapparaatti ei tavoita mitään tiettyä viiteryhmää, joka tällöin olisi erityisesti esillä. Yksityishenkilöiden jälkeen keskeinen ryhmä, jonka edesottamuksia dramatisoidaan, ovat urheilijat, mutta he eivät tällöin kiinnity niinkään urheiluun tai mihinkään muuhunkaan aihepiiriin. Poliitikot ovat kolmas vuoden 2006 aineistossa muista hienokseltaan erottuva ryhmä, jonka edesottamuksia on liioiteltu, elämää tirkistely ja yritetty saada se näyttämään jotenkin eroottisesti ryvettyneeltä. Poliitikkojen käsittely eroaa aiemmasta, tuolloin heidän yksityiselämänsä ei tällä tavoin tirkistely.

Kaiken kaikkiaan dramatisoivaa esitystapaa, siinä mielessä kuin asiasta on tässä luvussa puhuttu, käyttävät lähes yksinomaan iltapäivälehdet vaikka ilmaisjakelulehdistäkin niitä hyppysellinen löytyy. Aiemmin kohteena olivat ennen muuta erilaiset viihteen ja populaarikulttuurin piirissä toimivat ihmiset. Sittemmin huomio on kääntynyt rikoksiin ja onnettomuus uutisiin. Tyypillisimmäksi toimijaryhmäksi ovat nousseet taustattomat yksityishenkilöt. Eri-laisten silmänkiinnikkeiden, paisuttelujen ja tehokeinojen määrä on samalla jyrkästi lisääntynyt. Kuten aihepiireissäkin, iltapäivälehtien ja aamulehtien profiilit ovat polarisoituneet omiin suuntiinsa ja omiksi maailmoikseen.

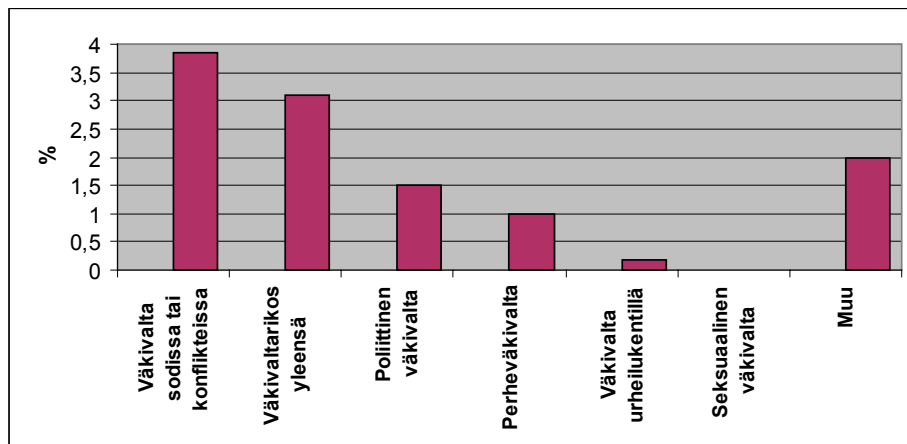
3.11. Väkivalta-aineiston osuus

3.11.1. Joka kymmenes juttu kertoo väkivallasta

Väkivalta on aihe- ja ilmiöpiiri, josta kertomiseen tiedotusvälineillä on usein suoranainen velvollisuus. Niitä voi suorastaan arvostella siitä, etteivät ne tuo väkivallan kaikkia ulottuvuuksia riittävässä määrin tai oikea-aikaisesti esille. Samalla voi olettaa, että viestimiin kohdistuu paineita kutsua lukijoita, kuuntelijoita tai katsojia piiriinsä väkivallasta kertomalla, koska ilmiöpiiri puhuttelee ja kiinnostaa – ainakin jos sitä lähestytään hyvin konkreettisesti ja se tulee lähelle lukijaa. Ilmiöpiirin käsittelyn merkitys riippuu siitä, mihin väkivallan ulottuvuuksiin puututaan, millä abstraktiotasolla ja millä tavoin se tehdään. Tämän selvityksen yhteydessä ei voitu juuri käsitellä sitä, miten ilmiöpiiriin puututaan ja millä abstraktiotasolla se tehdään, mutta eräitä jäsenyyksiä ja määrällistä taustatietoa on mahdollista tuottaa. Toki edellisessä luvussa esitelty esitystapa-muuttuja kertoo jotain käsittelytyylistä.

Väkivalta-aineiston osuutta tarkasteltiin muuttujalla, joka jäseni ilmiön a) fyysiseksi väkivallaksi yleensä kuten tapoiksi, pahoinpitelyiksi tai tappeluiksi, b) perheväkivallaksi, c) seksuaaliseksi väkivallaksi, d) sotiin tai konflikteihin liittyväksi väkivallaksi, e) poliittiseksi väkivallaksi, f) väkivallaksi urheilukentillä ja katsomoissa sekä g) muuksi väkivallaksi. Viimeksi mainittua luokkaa käytettiin silloin, kun eri ulottuvuudet risteytyivät niin, ettei niistä millään ollut hallitsevaa asemaa tai kun kyse oli sellaisesta ulottuvuudesta, jota edellä kuvattu jäsenys ei kata, esimerkiksi väkivallasta tietokonepeleissä.

Kuvio 20. Väkivalta-aineisto osuus vuoden 2006 aineistossa (N = 1199)



Väkivallasta kertovien juttujen osuus kaikkiaan oli verraten suuri. Tavalla tai toisella siitä kertoi 137 etusivun juttua eli noin 11 prosenttia aineistosta. Pelkkiä uutisia näistä oli 114 kappaletta eli yli 80 prosenttia kaikesta väkivaltaa koskettelevasta aineistosta. Ilmiöstä keskusteltiin tai sitä pohdittiin kolumneissa ja kommentteissa 23 tapauksessa. Eniten huomiota saivat ja samalla eniten keskustelua herättivät sotiin ja konflikteihin liittyvä väkivalta sekä poliittinen väkivalta. Perheväkivallastakin keskusteltiin aavistuksen. Perussääntö on kuitenkin sellainen, että etusivulle vinkattuja mielipidejuttuja kirjoitetaan ennen muuta suomalaisten kannalta ulkoisesta väkivallasta.

3.11.2. Eri viestintyytit painottavat erilaista väkivaltaa

Suhteellisesti ottaen eniten väkivaltaa koskevia juttuja on iltapäivälehtien etusivulla, siellä joka neljäs juttu on sellainen. Muuten osuudet ovat verraten tasanaiset. Viestimillä on työnjakoa väkivallastakin kerrottaessa. Radio, televisio ja aamulehdet kertovat sodista ja konflikteista. Iltapäivälehdet kertovat väkivaltarikoksista yleensä ja perheväkivallasta. Ilmaisjakelulehdissä taas on paljon väkivallasta yleensä kertovia juttuja.

Taulukko 24. Väkivallan muodot viestintäryhmittäin

(%)	Aamulehdet	Iltapäivälehdet	Ilmaislehdet	Radio	Televisio	Yht.
Sodat ja konfliktit	4	3	1	6	5	4
Väkivaltarikos yleensä	2	12	7	2	3	3
Poliittinen väkivalta	2	1	0	2	1	2
Perheväkivalta	1	6	0	1	0	1
Väkivalta urheilukentillä	0	0	0	0	0	0
Seksuaalinen väkivalta	0	0	0	0	0	0
Muu	2	3	1	2	1	2
Yht.	11	25	9	12	9	11
N	704	77	110	127	181	1199

Iltapäivälehtien perheväkivaltaa tai väkivaltarikoksia yleensä käsittelevät jutut ovat lähes poikkeuksetta sellaisia, joita on työstetty tekemällä sensaatiota, korostamalla tapahtumien väkivaltaisuutta tai jollain tapaa erotisoimalla niitä, vaikka seksuaalisesta väkivallasta ei lehdissä kirjoitettukaan. Näin on myös ilmaisjakelulehdissä. Väkivaltaa koskevassa aineistossa on ainakin kolme eri 'tarjontaa', joita ehkä kaikkia kannattaisi seurata erikseen. Ensinnäkin väki-

valta 'jossain tuolla' (sodat ja erilaisten rintamalinjojen säätelemä poliittinen väkivalta), toiseksi aamulehtien arkinen ja arkea koskeva väkivaltautisointi ja lopuksi ennen muuta iltapäivälehtien elämyksiksi ja kauhuksi työstämä väkivalta-aineisto. Jos kuitenkin suoritetaan perusjäsenitys kahteen: sotilaalliseen ja poliittiseen väkivaltaan (sodat, konfliktit ja poliittinen väkivalta) sekä arjen väkivaltaan (väkivalta yleensä, perheväkivalta) voidaan tehdä seuraava yleistys: aamulehdissä, radiossa ja televisiossa sotilaalliseen ja poliittiseen väkivaltaan liittyvän aineiston osuus on ainakin kaksinkertainen arjen väkivallan osuuteen nähden. Iltapäivä- ja ilmaisjakelulehdet keskittyvät vieläkin selvemmin juuri arjen väkivaltaan.

3.11.3. Pääuutisista väkivaltaa käsittelee viidennes

Pääuutiseksi väkivallasta kertova juttu nousi kaikkiaan 18 kertaa eli melkein joka viides pääjuttu sisälsi väkivaltaa tai kosketteli sitä jollain tavoin. Valtaosassa aineistoa (aamulehdet ja radio) väkivalta nousee pääjutuksi olemattoman harvoin (kolme kertaa yli 80 tapauksesta). Iltapäivälehtien, ilmaisjakelulehtien ja televisiouutisten muodostamassa aineiston osassa näin taas tapahtuu hyvin usein.

Iltapäivälehdet nostivat väkivallan etusivunsa keskeisimmäksi uutiseksi kaikkiaan kuusi kertaa. Näiden lehtien joka toinen numero oli siis valinnut pääjuttunsa tästä ryhmästä ja ne käsitelivät yksinomaan väkivaltarikoksia tai perheväkivaltaa. Samoin tekivät ilmaisjakelulehdet (väkivaltaa koskeva juttu pääuutisena viisi kertaa). Ne keskittyivät yksinomaan ampumavälikohtauksiin, pahoinpitelyihin ja muihin yleisiin väkivaltarikoksiin. Televisiossa taas lähes joka neljäs pääjuttu kertoi väkivaltarikoksista.

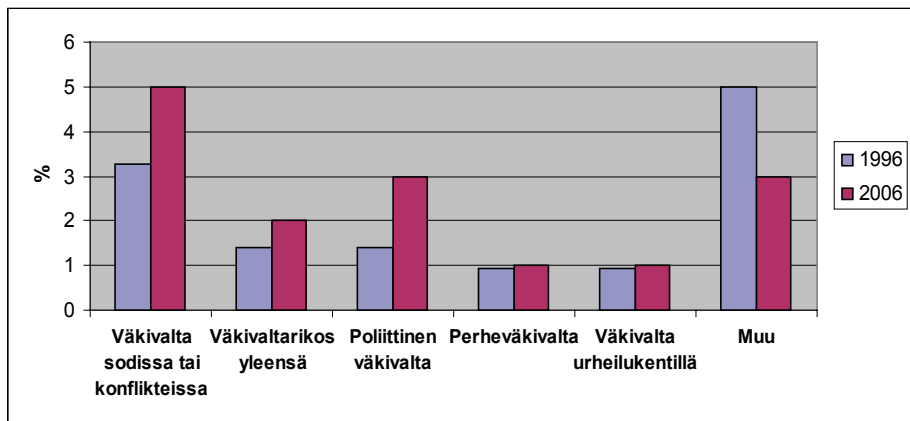
Sotiin ja konflikteihin liittyvää väkivaltaa käsiteltiin kolmessa pääuutiseksi nostetussa jutussa ja ne löytyvät aamulehdistä ja televisiosta. Jos sotilaallinen ja poliittinen väkivalta onkin hallitsevassa asemassa koko siinä osassa aineistoa, jossa väkivaltaa käsitellään, arjen väkivalta nousee useammin esiin pääuutisissa. Näin tapahtuisi siinäkin tapauksessa, että iltapäivälehdet poistettaisiin pääuutisten aineistosta. Arjen väkivaltaa koskevien juttujen suhteellinen osuus olisi tuolloinkin kaksinkertainen verrattuna niiden osuuteen koko aineistossa.

Pääuutiseksi päätyvä väkivaltajuttu on siis yleensä juttu arjessa kohdattavan väkivallan piiristä. Iltapäivälehdissä sitä on työstetty kauhuksi ja elämyksiksi. Koska televisiouutiset ja iltapäivälehtien etusivut ovat yleisintä yleisjulkisuutta, voi sanoa, että aika ajoin arjen väkivallasta kertovat uutiset raikuvat kautta maan kuin rekilaulut aikoinaan markkinoilla.

3.11.4. Arjen väkivalta on tehnyt läpimurron vuoden 1996 jälkeen

Vuodelta 1996 kerättyyn 213 jutun aineistoon kuuluu väkivaltaa sisältäviä juttuja kaikkiaan 28 kappaletta. Niiden osuus kyseisen vuoden aineistosta on 13 prosenttia eli samaa luokkaa mutta aavistuksen suurempi kuin vuoden 2006 aineistossa. Ensimmäinen silmiinpistävä seikka on se, että vuoden 1996 aineistossa on koodattu paljon havaintoja luokkaan ”muu”. Aineistossa on siis ollut paljon sellaista väkivallaksi tulkittua, jota käytetty koodausapparaatti ei missään täsmällisessä muodossa tavoita. Aineiston pikainen selaus kertoo kyseisestä luokasta löytyvän verbaalista väkivaltaa sekä esimerkiksi ryöstön kuvaus, joka on jutun kokonaisuuden kannalta sivuosassa.

Kuvio 21. Väkivalta-aineiston osuus vuosina 1996 (N = 213) ja 2006 (N = 361)



Muilta osin väkivallan osuus aineistossa on jossain määrin kasvanut (kuten sotilaallisen ja poliittisen tai väkivaltarikollisuuden osalta on tapahtunut) tai se on pysynyt kutakuinkin entisellään vuoteen 1996 verrattuna (kuten on perheväkivaltaa tai urheilussa esiintyvää väkivaltaa koskevien juttujen laita). Kuva kuitenkin rikastuu ja täydentyy välineryhmittäisessä vertailussa, kun sotien ja konfliktien väkivaltaa ja poliittista väkivaltaa koskevat jutut yhdistetään yhdeksi luokaksi ja väkivaltarikokset yleensä sekä perheväkivalta toiseksi, arkielämän väkivaltaa kuvaavaksi luokaksi

Taulukko 25. Väkivallan eri muotojen vertailua vuosien 1996 ja 2006 välillä

	Aamulehti ja Helsingin Sanomat			Ilta-Sanomat		
	Poliittinen ja sotilaallinen väkivalta	Arjen väkivalta		Poliittinen ja sotilaallinen väkivalta	Arjen väkivalta	
1996	4 %	0 %	N = 156	4 %	2 %	N = 57
2006	8 %	2 %	N = 324	6 %	19 %	N = 37

Taulukon perusteella näyttää siltä, että Ilta-Sanomat on pannut aiempaa paljon enemmän painoa arjen väkivallasta kertomiseen. Vuonna 1996 asiasta ei etusivulla juuri uutisoitu, vuonna 2006 joka viides etusivun uutinen käsittelee sitä.

Kaiken kaikkiaan väkivaltaa koskevaa aineistoa on viestinten etusivuilla verraten usein. Sotilaallisen ja poliittisen väkivallan osalta aineiston määrä heijastellee kulloistakin geopolittista tilannetta ja suhdannetta – vaikka asiaan toki vaikuttavat myös viestinten omat päätökset. Arjen väkivallan kohdalla viestimillä itsellään lienee kuitenkin suurempi harkintavaltaa. Merkilläpantavaa on, että vuonna 2006 arjen väkivalta on löytänyt tiensä myös aamulehtien etusivuille. Asiaan on mahdollista ottaa useita ristikkäisiä näkökulmia. Yhtäältä ilmiö saattaisi heijastaa sitä, että viestimet puuttuvat asiaan, johon niiden pitääkin puuttua. Toisaalta kyse voi olla myös iltapäivälehtien vaikutuksesta koko viestintäkenttään.

Niin tai näin, edelleenkin arjen väkivaltaa ei ole paljoa aamulehtien etusivuilla eikä radiossa (siis valtaosassa aineistoa). Toisaalta sen suuri osuus iltapäivälehtien ja ilmaisjakelulehtien ykkösuutisista sekä sen jonkinlainen jalansija tv-uutisissa tarkoittaa sitä, että arjen väkivalta on aika ajoin hyvin näkyvä osa yleisjulkisuutta. Toisessa luvussa sivutun kultivaatioteorian mukaan olisi jollain lailla merkittävää, jos arjen väkivaltaa suomalaisessa yhteiskunnassa esitettäisiin kontekstoimattomana ja kasvavana uutisvirtana. Sen voisi ajatella lannoittavan maaperää turvattomuuden kokemukselle, etenkin kun iltapäivälehdet hyödyntävät tunteisiin vetoavia tyylikeinoja. Asian tutkiminen edellyttäisi kuitenkin useampia otoksia ja mahdollisuutta perehtyä aineistoon tarkemmin.

3.12. Kuluttaminen ja tuotemerkit

3.12.1. Kulutuskeskeisten juttujen määrä ei ole lisääntynyt

Eräs tapa, jolla markkinasuuntautuneisuus voi välittyä viestimien sisällöksi, on yhtäältä mainostajia houkuttelevien ja toisaalta tätä tai tuota kuluttajasegmenttiä palvelevien sisältöjen luominen. Mahdollisuuksien kirjo on hyvin laaja, periaatteessa toisen ääripään muodostaa avoin tekstimainonta, toisen taas kriittinen kuluttajavalistus. Tämän ilmiön kartoittamiseksi juttuja tarkasteltiin yksinkertaisesti siltä kannalta, katsottiinko niiden olevan kuluttajakeskeisiä vai ei. Vuoden 2006 aineistosta tällaisiksi katsottiin kaikkiaan 44 juttua eli 4 prosenttia aineistosta. Tällaiseksi jutuksi katsottiin esimerkiksi Aamulehden pääjuttu 2.10.2006: *Suomalainen haluaa hyllynsä valmiiksi koottuna / Kysely: Asiakkaat ovat valmiita maksamaan nykyistä paremmasta palvelusta.*

Taulukko 26. Kulutuskeskeisten juttujen määrä viestinryhmittäin

	Aamulehdet	Iltapäivälehdet	Ilmaislehdet	Radio	Televisio	Yht.
%	4	5	8	0	0	4
N	704	77	110	127	181	1199

Suhteellisesti eniten kuluttajan tai kuluttamisen näkökulmasta kirjoitettuja juttuja on ilmaislehdissä, joissa tällaista aineistoa on ollut kahdeksan prosenttia koko juttumäärästä. Vaikka tähän ryhmään kuuluvia juttua näissä lehdissä jonkin verran onkin, määrä on kuitenkin niin vaatimaton, ettei niitä riitä edes yhtä jokaisen numeron etusivulle.

Pääuutisista kulutuskeskeisten juttujen ryhmään on koodattu kaksi kappaletta.

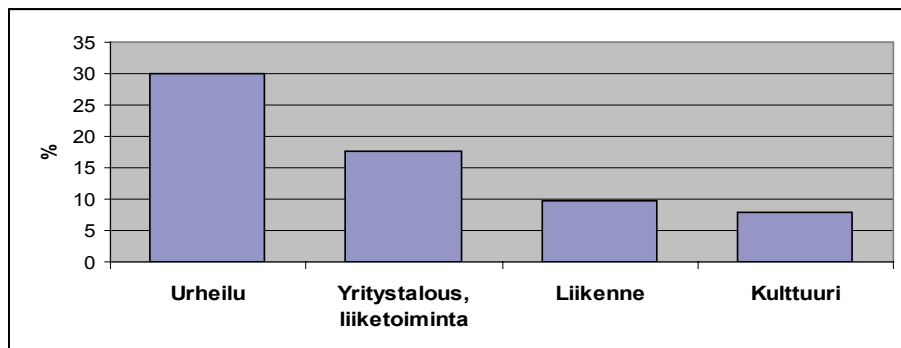
Vertailuaineistojen antaman todistuksen perusteella puheena olevan aineiston määrä ei ole lisääntynyt: vuoden 1996 aineistossa tällaisia juttuja oli kaikkiaan 6 prosenttia. Kymmentä vuotta myöhempää perua olevassa vertailuaineistossa kulutuskeskeisten juttujen määrä on viisi prosenttia (vuoden 1996 aineistoon siis kuului valikoima Aamulehden, Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien juttuja, joita vertailtiin vastaaviin lehtiin vuodelta 2006).

3.12.2. Tuotemerkkien määrä kasvussa

Toiseksi kulutuskeskeisyyttä kuvaavaksi muuttujaksi valittiin tuotemerkkien näkyminen kuvissa.

Tuotemerkkejä sisältäviä kuvia liittyi kaikkiaan 154 etusivun juttuun tai juttuvinkkiin eli noin 21 prosenttiin vuoden 2006 kuvallisesta aineistosta ja 13 prosenttiin kyseisen vuoden koko aineistosta. Enimmäkseen kuvissa oli näkyvässä yksi tuotemerkki (93 tapausta eli vajaat kaksi kolmasosaa oli tällaisia). Yhden jutun kuvituksesta niitä tosin löytyi 16 kappaletta (jotka jakaantuivat kolmeen urheiluosastossa olevaan kuvaan).

Kuvio 22. Tuotemerkkejä sisältävien kuvien sijoittuminen aihealueisiin (N = 154)



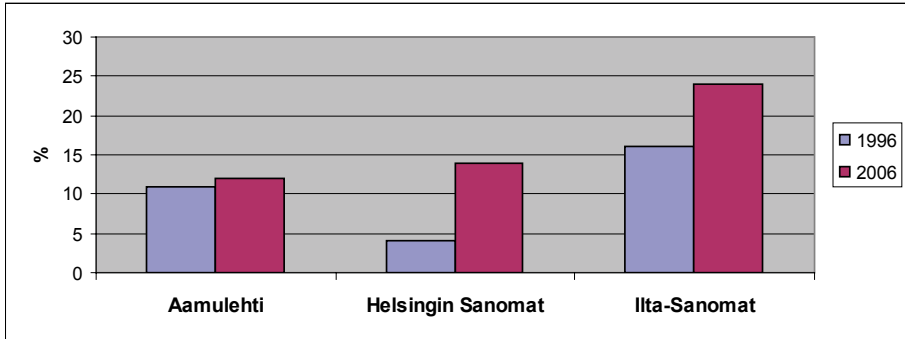
Puolet niistä jutuista, joihin liittyy tuotemerkkejä sisältäviä kuvia, koskevat urheilua (46 juttua) tai yritystoimintaa ja liiketaloutta (kaikkiaan 26 juttua). Muista yksittäisistä aihealueista erottuvat vielä liikenne (10 %) ja kulttuuri (8 %). Pääuutisten joukossa taas on kaikkiaan kymmenen sellaista juttua, joihin liittyvistä kuvista tuotemerkkejä löytyy. Ne sijoittuvat hyvin tasaisesti eri aihealueille.

Taulukko 27. Tuotemerkkejä esittäviin kuviin kytkeytyvät etusivun jutut viestinyhmittäin

	Aamulehdet	Iltapäivälehdet	Ilmaislehdet	Televisio	Yht.
%	12	22	12	20	13
N	704	77	110	127	154

Suhteellisesti ottaen useimmin tuotemerkkejä esittäviin kuviin viittaavia tai sellaisen kuvan sisältäviä juttuja löytyy iltapäivälehtien etusivuilla – noin joka viides juttu iltapäivälehtien etusivuilla vuoden 2006 aineistossa on tällainen. Näistä kuvista selvästi suurin yksittäinen ryhmä on urheilua esittävien kuvien ryhmä. Televisiossa tuotemerkkejä esitetään lähes yhtä monessa jutussa. Nämä tuotemerkit puolestaan liittyvät ennen muuta yritystaloutta ja liiketoimintaa koskeviin juttuihin.

Kuvio 23. Muutokset tuotemerkkien esiintymisessä Aamulehden, Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien kuvituksessa



Vuoden 1996 aineistossa 10 prosenttia etusivun jutuista viittasi aineistoon, joka sisälsi tuotemerkkejä kuvituksessaan. Vuoden 2006 vertailuaineistossa vastaava prosenttiosuus on 14 prosenttia. Tämä johtuu ensisijaisesti siitä, että Helsingin Sanomissa tuotemerkkien esiintyminen kuvituksessa on yleistynyt. Niitä sisältävien juttujen tai sellaisiin viittaavien juttuvinkkien määrä on kasvanut toistakymmentä prosenttiyksikköä Helsingin Sanomien etusivulla. Ilta-Sanomissa on havaittavissa samankaltainen kehityskulku. Samalla tuotemerkit tunkeutuvat uusille alueille. Vuoden 1996 aineistossa on 27 sellaista aiheiden alaluokkaa, joiden juttujen kuvitukset eivät sisällä tuotemerkkejä tai tällaisia juttuja on korkeintaan yksi. Vuoden 2006 vertailuaineistossa tällaisia luokkia on 21.

4. Seurantahankkeen kokemuksia

Edellä on kuvattu uutismedian seurannan pilottitutkimusta, jossa suomalaisen median uutissisältöjen kuvausta varten on kehitetty runsaat kymmenen analyysimuuttujaa. Tavoitteena on ollut luoda havainnointivälineistö, jolla saadaan yleiskuva uutistarjonnasta ja tartutaan mediaa koskevan keskustelun keskeisiin teemoihin. Tässä luvussa kootaan yhteen pilottitutkimuksesta saatuja kokemuksia, käsitellään esiin tulleita ongelmakohtia ja tehdään joitakin kehitysehdotuksia.

Pilottitutkimuksen aineisto koottiin syksyltä 2006 seitsemän viikon ajalta niin, että kultakin viikolta otettiin otokseen yksi viikonpäivä. Tavoitteena oli edustava näyte valtaviiran uutistarjonnasta. Aineisto painottui tilattaviin päivälehtiin, joita otoksessa oli kuusi. Lisäksi siihen otettiin molemmat iltapäivälehdet, ilmaisjakelulehdet Metro ja Uutislehti 100 sekä sähköisistä viestimisistä Yleisradion tv-pääuutislähetys, MTV3:n Kymmenen Uutiset, Yleisradion Päivän peili sekä Radio Novan uutiset. Lisäksi koottiin pieni vertailuaineisto vuodelta 1996. Tähän aineistoon valittiin kolme lehteä: Aamulehti, Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat. Näiden lehtien vuoden 1996 sisältöä verrattiin samojen lehtien sisältöön vuonna 2006.

Lehtien osalta aineisto rajattiin etusivun juttuihin ja juttuvinkkeihin sekä kaikkiin niihin sisäsivun juttuihin, joihin etusivulta viitataan. Havaintoyksikkönä oli etusivun jutusta ja siihen liittyvistä sisäsivun jutuista muodostuva jutturyvä. Sähköisistä viestimisistä puolestaan aineistoksi otettiin uutislähettykset kokonaisuudessaan, ja havaintoyksikkön muodosti yksittäinen juttu ja siihen mahdollisesti liittyvä otsikkojuttu.

Selvityksestä piirtyy kuva uutisvälityksestä, jossa aamulehtien ja sähköisten välineiden uutistarjonnan ytimessä ovat edelleen vankasti politiikka, talous sekä arkinen elämänmeno vapaa-ajan aiheita unohtamatta. Iltapäivälehdet taas ovat entistä enemmän keskittyneet rikoksiin, onnettomuuksiin ja parisuhteisiin. Aineistossa mukana olleet ilmaisjakelulehdet asettuvat iltapäivälehtien ja muun uutismedian välimaastoon.

Yleiskuvaa vasten piirtyy samalla eräitä huomionarvoisia seikkoja. Selvitys antaa osviittaa siitä, että naisten osuus uutistarjonnan keskeisten toimijoiden joukossa ei olisi nyt yhtään sen suurempi kuin kymmenen vuotta aiemmin, miesten osuus on saattanut jopa kasvaa. Esimerkiksi sosiaaliturvan osuus vertailuaineistossa vuonna 2006 on pienempi kuin se oli kymmentä vuotta aikaisemmin. Seksuaalisuutta ja väkivaltaa koskevaa aineistoa on vertailuaineistossa vuonna 2006 ollut aamulehdissä hiukan enemmän kuin aiemmin. Alueellisesti lehdet vaikuttavat kääntyneen aavistuksen verran sisäänpäin kymmenen vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna. Tällaisia ja joitain muitakin langan päitä tulokset tarjoavat, mutta vertailuaineistojen vähäisyys tekee mahdottomaksi keräillä niitä pidemmälle. Moni otosajanjaksona sattunut yksittäinen tapahtuma kuten Anna Politkovskajan murha tai hedelmöityshoitolain säätäminen luonnollisestikin vaikutti tuloksiin. Toistaiseksi jää avoimeksi, missä määrin tuloksissa on kyse sattumista, missä määrin taas suuntaa antavista kehityskuluista.

Aineisto ja vertailuasetelmat

Aamulehtien osalta aineistorajaus vaikuttaa onnistuneelta, sillä etusivu näyttää ainakin nykyisin kuvaavan varsin hyvin lehden koko sisältöä. Iltapäivälehtien osalta valintatapa kuitenkin jossain määrin yksipuolistaa kuvaa niiden sisällöstä. Kansiotolikoissa painottuvat viihteellisimmät ja myyvimmiiksi arvioidut aiheet. Jos iltapäivälehtien sisällöstä haluaisi kattavamman kuvan, rajausta olisi mietittävä uudestaan. Toisaalta voidaan myös pitäytyä nykyisessä rajauksessa perustellen sitä sillä, että juuri kansijutut ovat näkyvintä iltapäivälehtijulkisuutta, ja viestimet esittävät kannessa jutut, jotka ne itse haluavat tuoda esiin tärkeimpänä sisältönään.

Yllä kuvattu otos toi aineistoon kaikkiaan 1412 juttua tai jutturypästä, joista 1199 oli vuodelta 2006 ja 213 vuodelta 1996. Aineisto painottui voimakkaasti tilattaviin aamulehtiin. Niiden osuus vuoden 2006 aineistosta oli 59 prosenttia. Pienin osuus oli iltapäivälehdeillä, 6 prosenttia. Muiden viestinyhmien osuudet olivat tältä väliltä. Vaikka eri välineryhmille ei ole mitään itsestään selvästi oikeaa painoa aineistossa, jatkossa voisi kuitenkin harkita, olisiko iltapäivälehtien painoa syytä nostaa ja tilattavien sanomalehtien painoa vähentää. Tosin viestinyhmien vertailun varjoon helposti jää se tosiasia, että viestimet poikkeavat toisistaan myös oman ryhmänsä sisällä. Etenkään aamulehdet eivät ole lainkaan niin yhtenäinen ryhmä kuin kenties voisi olettaa. Jo yksistään suppea kahden sanomalehden, Aamulehden ja Helsingin Sanomien tarkastelu kertoo tästä, eivätkä myöskään maakuntalehdet ole veljiä keskenään. Tämä on syytä pitää mielessä, jos maakuntalehtien osuutta pienennetään. Joka tapauksessa

kokonaan uudeksi viestinryhmäksi kannattaisi kenties ottaa viestinten Internet-julkaisut. Samalla olisi pohdittava, millaisin muuttujin nettisisältöjä voisi lähestyä. Monikanavaisuus on uutismedian arkipäivää, ja sen olisi hyvä näkyä seurannassa.

Viestinryhmien välinen vertailu on ollut yksi tämän tutkimuksen keskeisiä tapoja tarkastella tuloksia. Se on osoittautunut hedelmälliseksi ja kehitetyt sisältömuuttujat ovat kyenneet nostamaan esiin monia viestinryhmien välisiä eroja esimerkiksi aihejakaumissa ja lähteiden käytössä, sukupuolten esillä pitämisessä ja eri päätoimijaryhmien suosimisessa.

Projektissa testattiin myös ajallista vertailua, joka jatkossa olisikin seurannan pääasiallinen tarkastelutapa. Tällä kertaa koottiin vain pieni vertailuaineisto kolmesta lehdestä vuosilta 1996 ja 2006. Jo tämä pienimuotoinen kokeilu toi esiin mielenkiintoisia havaintoja. Näitä olivat esimerkiksi miesten osuuden kasvu uutisten päätoimijoista ja väkivaltaa sisältävän aineiston lisääntyminen. Vielä luotettavampaa kuvaa ajallisesta kehitystä saadaan, kun tutkimukseen kertyy useampia analyysiajankohtia. Vain kahta ajankohtaa vertailtaessa on vaikea arvioida, missä määrin eroissa on kyse vain yksittäisten vuosien erityispiirteistä, missä määrin selvistä kehityskuluista.

Analyysimuuttujat

Tutkimuksessa käytetyt muuttujat osoittautuivat pääasiallisesti toimiviksi, sillä niillä saatiin tavoitteiden mukaisesti yleiskuva uutistarjonnan aihejakaumasta, tärkeimmistä esiintyjäryhmistä, miesten ja naisten näkyvyydestä ja muista kiinnostuksen kohteena olleista teemoista. Paikoin tuloksia voi tuki arvostella siitä, että ne jäävät melko abstrakteiksi (laajat aihepiirit) tai ovat ennalta arvattavia (julkishallinnon osuus). On kuitenkin muistettava, että tulokset saavat merkityksensä ennen muuta pitkäaikaisemmassa ajallisessa tarkastelussa ja sen selittämisessä.

Aihepiirien kartoittaminen jutuista oli tämän pilottihankeen yksi aikaa vaativimmista osista. Kustakin jutusta tai jutturyppästä koodattiin pääaihe ja tarvittaessa myös toinen aihe. Aiheet luokiteltiin ensin 154 alaluokkaan, jotka sitten ryhmiteltiin laajemmiksi aihealuokiksi, jotka puolestaan yhdistettiin vielä laajemmiksi aihepiireiksi, joita on yhteensä 8 kappaletta. Vaikka aihepiirien antama kuva uutisagendasta tai uutisarvostuksista jäikin melko abstraktiksi, niiden avulla voitiin kuitenkin tuoda esiin sekä viestinryhmien välisiä että niiden sisäisiä eroja. Pikkutarkka koodaus tekee myös tarvittaessa mahdolliseksi palata aineistoon ja tehdä hienojakoisempia erittelyjä vaikkapa jostain tietystä teemasta sitten, kun käytössä on vertailuaineistoja useammalta vuodelta.

Jutun päätoimijan viiteryhmä tuo oman olennaisen lisänsä jutun keskeiseen sisältöön aiheen rinnalle. Muuttujalla pyrittiin kartoittamaan, missä suhteessa yhteiskunnan eri tahot pääsevät uutisjulkisuudessa esiin. Viiteryhmämuuttujan tuloksia tulkitessa on muistettava, että se on koodattu vain kunkin jutturyppään päätoimijasta. Toisin sanoen kustakin jutturyppästä on etsitty siinä kaikkein painokkaimmin esiintyvä taho, ja muut mahdolliset esiintyvät tahot on jätetty huomiotta. Tämä häivyttää näkyvistä juttujen sisäisen toimijakirjon ja saattaa korostaa joidenkin viiteryhmien näkyvyyttä tuloksissa.

Ajoittain oli vaikea ratkaista, mikä jutun toimijoista on jutussa keskeisin. Jatkossa voisikin harkita mahdollisuutta, että kustakin jutusta koodattaisiin kaikki ne tahot, joiden puheita lainataan. Tällöin kyseessä olisi eri muuttuja, joka nostaisi esiin kaikki ne tahot, jotka pääsevät esittämään asiaansa mediaan ilman, että joukossa olisi myös niitä, jotka ovat pikemminkin kommentoinnin kohteena. Koodausperuste olisi tällöin suhteellisen yksiselitteinen, mutta se lisäisi työmäärää olennaisesti. Työekonomisempi vaihtoehto olisi koodata päätoimijaksi ensimmäinen taho, jonka puhetta jutussa lainataan.

Viiteryhmäkoodausta voisi työstää myös siten, että se erottelisi paremmin esiintyjien sijoittumista erilaisissa hierarkioissa tai sosiaalialemaltaan erilaisten väestöryhmien esiin pääsyä viestimissä. Käytännössä tämä merkitsisi osin uusien muuttujien lisäämistä, osin viiteryhmäluokituksen kehittämistä edelleen.

Silmiinpistävää nyt tehdyn pilotin tuloksissa on mm. se, että kun päätoimijoina on yksityisiä ihmisiä, he eivät liiku julkisen yhteiskunnallisen toiminnan aihealueilla. Sen sijaan yhteiskunnassa julkisessa roolissa toimivat tahot, esim. poliitikot tai elinkeinoelämän edustajat tuodaan esille myös yksityiselämän asioissa. Yksi jatkossa seurattava mielenkiintoinen asia onkin se, lisääntyykö yksityisen ja julkisen rajan ylittäminen julkisen elämän toimijoiden kohdalla. Toinen kiinnostava seikka liittyy yksityishenkilöihin: pääsevätkö he julkisten yhteiskunnallisten kysymysten päätoimijoiksi jatkossa?

Päätoimijoiden ja kuvien esittämien **sukupuolten** kirjaaminen vahvistivat aiempien tutkimusten tulokset naisten ja miesten esiintymisestä mediassa. Tässäkin on tilaa jatkokehittelylle: sukupuolten kuvallisen esittämisen tarkastelu tulisi ulottaa myös television uutislähetysiin.

Kolme erillistä muuttujaa, **seksuaalisuus ja sukupuolielämä, dramatisoivat esitystavat ja väkivalta-aineisto**, toimivat muuttujina hyvin sekä erikseen että yhdessä toisten muuttujien kanssa. Ne toivat esiin muutoksia uutisisältöjen määrässä ja laadussa ja toivat esiin myös viestinryhmien välisiä eroja. **Kuluttamiskeskisyys**-muuttujalla on yhteytensä kuluttamista suosivan elämäntavan esiintymiseen mediasisällöissä. Se kattaa periaatteessa hyvin laajan juttukirjon eikä sitä suoraan voi kytkeä tekstimainontaan. Toisaalta tämän tyyppisiä juttuja

tehdään usein erillisiin liitteisiin, joihin lehti myös myy saman aihepiirin ilmoitustilaa. Taustalla on siis kilpailu ilmoituksista ja siten kuluttamiskeskeisten juttujen määrä voi indikoida ilmoituskilpailun kiristymistä tai löystymistä. Toisen muuttujan, **kuvien tuotemerkkien** avulla kuluttamiskeskeisyys-muuttujan tuloksia voi pohtia myös tekstimainonnan näkökulmasta.

Jos tässä kuvatun kaltainen mediaseurantahanke toteutettaisiin ensi vuonna, tulokset tuskin poikkeaisivat radikaalisti nykyisistä. Merkityksensä tulokset kuitenkin saavat ennen muuta pitkähköjen aikasarjojen muodostumisesta. Jotta tulokset kasvaisivat korkoa lisääntyvän tiedon muodossa, on tietopankkiin tehtävä talletuksia säännöllisesti ja verraten tiheään!

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Aslama Minna:** Sukupuoli numeroina. Teoksessa: Mäkelä Anu, Puustinen Liina ja Ruoho Iiris (toim.): Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Gaudeamus. Tampere 2006. Sivut 47-61.
- Aslama Minna, Sonck Fredrik, Wallenius Jaana:** Suomalainen televisiotarjonta 2005. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 40/2006.
- ”Dinosaurius kärkkyy lammikossa”. Meriläinen Reetta, kolumni Helsingin Sanomat 24.3.2007.
- Fairclough Norman:** Miten media puhuu. vastapaino, Tampere, 1997.
- FinnSight 2015. Tieteen, teknologian ja yhteiskunnan näkymät.** Suomen Akatemian ja Tekesin FinnSight 2015 –ennakointihankkeen raportti. Helsinki 2006.
- Fiske John:** Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Vastapaino, Tampere. 1992. Suomennoksen 8. painos. Alkuperäinen teos: Routledge Introduction to Communication Studies (2nd ed.)1990.
- Gerbner, George (1998)** Cultivation Analysis: An Overview. Mass Communication & Society:1, 175–194.
- Gunter Barrie:** Media Research Methods. Content Analysis s. 55-92: Overview of Media Research Methodologies: Media output.
- Halonen Irma Kaarina:** Sukupuolitettu uutishuone. Teoksessa: Mäkelä Anu, Puustinen Liina ja Ruoho Iiris (toim.): Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Gaudeamus. Tampere 2006. Sivut: 193-206.
- ”Hannu Savola patistaa karsimaan lööppien ylilyönnit. Ilta-Sanomien uusi päätoimittaja suuntaa lehteään asiajournalismiin”. Uutinen Helsingin Sanomat 26.9.2006.
- Heiskala Risto ja Luhtakallio Eeva (toim.):** Uusi jako, Miten Suomesta tuli kilpailuyhteiskunta. Gaudeamus, Tampere 2006.

Hämäläinen Timo: Kohti hyvinvoivaa ja kilpailukykyistä yhteiskuntaa. Kansallisen ennakoitiverkoston näkemyksiä Suomen tulevaisuudesta. Raportti, Sitra, 2006. Osoitteessa: http://www.sitra.fi/julkaisut/ennakoitiverkostonraportti1_www.pdf

Journalismikritiikin vuosikirja 2006: Erkki Karvonen: Karpelan kujanjuoksu ja hutkivat journalistit, s. 8-20, Laura Kosonen: Hymy-lehti loi suomalaiset juorumarkkinat, s. 21-27, Maija-Riitta Ollila: Luonnetestejä vai savuverhoja, s. 28-37.

Kunelius Risto: Viestinnän vallassa. WSOY, Juva 2001.

Luostarinen Heikki, Uskali Turo: Suomalainen journalismi ja yhteiskunnan muutos 1980-2000. Teoksessa: Artikkelikokoelma tutkimushankkeesta sosiaaliset innovaatiot, yhteiskunnan uudistumiskyky ja taloudellinen menestys: K. Helkama, T. Seppälä, P. Alasuutari, A. Kantola, R. Tainio, S. Tiisonen, K. Ilmonen, M. Wilenius, H. Luostarinen, T. Uskali, E. Lehtinen. Sitra 2004.

”Mainostajat lisäävät verkkomainontaa”. Taloussanomat, uutinen verkkolehdestä 17.1.2007.

”Muodonmuutos Savon Sanomissa, Karjalaisessa ja Keski-suomalaisessa, Skotti-ilmettä maakuntiin”. Uutinen Suomen lehdistö 2/2003.

Mäkelä Anu, Puustinen Liina ja Ruoho Iiris (toim.): Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Gaudeamus. Tampere 2006.

Mäntymäki Eeva: Hyvinvointivaltio eetterissä. Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä. Väitöskirja. Tampere University Press 2006.

Pantti Mervi: Literary review for the project Gender, Politics and Media: Challenging Stereotypes, Promoting Diversity, Strengthening Equality. Osoitteessa: <http://www.portrayingpolitics.org/research.php>

Pietilä Veikko: Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Vastapaino Tampere, 1997.

Suhonen Pertti: Mediat, me ja ympäristö. Hanki ja jää, Helsinki 1994.

Wii Juhani: Media uudistuvassa yhteiskunnassa. Median muuttuvat pelisäännöt. Sitran raportteja 65. Sitra. Helsinki 2006. (Tiedote 28.9.2006: 'Mediasta vahvempi yhteiskunnallinen uudistaja', www.sitra.fi/fi/Ajankohtaista/tiedote_2006-09-28.htm)

Journalismia koskeva ajankohtainen keskustelu eri seminaareissa

- Naisen paikka journalismissa. Naistoimittajat ry:n 60-vuotisjuhlaseminaari Helsinki 23.11.2006.

- Toimittajakoulutus - Mitä, missä, milloin, miksi, miten? Toimittajakoulutuksen 80-vuotisjuhlan seminaari, Tampereen yliopisto, Tampere 6.10.2006. (Heikki Luostarinen, Kirsti Pohjonen, Harri Palmolahti, Pertti Suhonen ja Kari Koljonen).
- Uskonnot, propaganda, media. Toimittajaseminaari 16.11.2006 Helsingin yliopistomuseon auditorio, järjestäjänä Suomen Lähetysseura, Suomen Journalistiliitto, Espoon seurakuntayhtymä.
- Sukupuolishow-kirjan julkistamistilaisuus 19.12.2006, Vanha ylioppilastalo, Helsinki.
- Sähköinen media – nyt ja tulevaisuudessa. Yleisradiotoiminnan näköaloja luotaava seminaari. Järjestäjänä Radio- ja televisiotoimittajien liitto RTTL Suomen Journalistiliiton, Yleisradion, MTV:n ja Nelosen tuella. Helsinki 5.10.2006.

Liitteet

Liite 1. Koodausrunko

1. JUTUN NUMERO

Mahdollinen sisäsivun juttu tai jutut luetaan samaan kokonaisuuteen kuuluvaksi kuin etusivun juttu, vinkkijuttu tai –otsikko (numero viittaa koko jutturyppääseen).

2. TIEDOTUSVÄLINE

1. Aamulehti
2. Helsingin Sanomat
3. Ilkka
4. Kaleva
5. Savon Sanomat
6. Turun Sanomat
7. Iltalehti
8. Ilta-Sanomat
9. Metro-lehti
10. Uutislehti 100
11. Yle Päivän peili
12. Radio Novan uutiset klo 17
13. Yle TV-uutisten päälähetys klo 20.30
14. MTV3:n Kymmenen Uutiset

3. PÄIVÄMÄÄRÄ

Merkitään kuusinumeroisena lukuna, esim. 161006

4. JUTUN ASEMA

1. etusivun pääjuttu (näyttävin otsikko ratkaisee) sähköisissä pääjuttu (ensimmäinen otsikkojuttu)
2. muu etusivun juttu, sähköisissä muu otsikkojuttu
3. vinkkilaatikon –tai palstan juttu (esim. otsikko ja kaksi riviä laatikossa) inserttijuttu
4. pelkkä vinkkiotsikko, muu sisältöelementti tai sähköuutinen (sisältää mm. sääkartat tai esim. Metron viihdeinfon).

5. JUTTURYPÄÄSEEN SISÄLTYVIEN JUTTUJEN LUONNE

- 1 vain uutisia (sisältää myös haastattelut ja taustajutut)
- 2 vain mielipidejuttuja
- 3 molempia

6A. JUTTUUN LIITTYVIEN VALOKUVIEN MÄÄRÄ

6B. JUTTUUN LIITTYVIEN PIIRROSTEN JA GRAFIIKAN MÄÄRÄ

Merkitään etu- ja sisäsivulla olevien kuvien, piirrosten ja graafikoiden yhteismäärä.

7. KUVIEN SUKUPUOLET

- 0 Ei kuvia
- 1 Vain naisia
- 2 Vain miehiä
- 3 Molempia
- 4 Ei kumpaakaan tai ei määriteltävissä

8. JUTUN AIHE

Koodataan ensisijaisesti etusivulla olevan jutun tai vinkkijutun tai vinkin avulla. Tarvittaessa myös sisäsivun aineiston perusteella. Tarvittaessa voidaan koodata kaksi aiheetta.

1. Puolue- ja valtakunnanpolitiikka

- 11 Presidentin toiminta
- 12 Hallituksen, valtioneuvoston tai eduskunnan päätökset ja niiden käymät keskustelut
- 13 Puolueet: poliittiset kannanotot, puoluekokoukset, muu toiminta
- 14 Puolueet: skandaalit
- 15 Vaalit
- 19 Muu

2. Suomen ulkopoliitiikka

- 21 Suomi EU:ssa, Suomen oma näkökulma ja asema korostuu
- 22 Suomen ja Venäjän suhteet
- 23 Suomen ja Pohjoismaiden suhteet
- 24 Muu ulkomaansuhteita koskeva juttu
- 29 Muu

3. Kansainvälinen politiikka ja diplomatia

- 31 Euroopan integraatio / EU
- 32 Muu kansainvälinen politiikka ja diplomatia
- 33 YK:n toiminta (sisältää rauhanturvatoiminnan)
- 34 Sodat ja konfliktit ja niiden uhka
- 35 Kansainvälinen rauhanliike
- 39 Muu

4. Ulkomaat ja ulkomaiden politiikka

(Tarkoittaa ennen muuta yksittäisten vieraiden valtion sisäpolitiikkaa)

- 41 Ulkomaiden poliittista järjestelmää koskeva juttu (esim. hallitusasioita tai puolueita)
- 42 Ulkomaiden poliittisesti merkityksellinen tapahtuma (esim. Ruotsin hallitus, murhat)
- 49 Muu

5. Kansalliset ja kulttuuriset vähemmistöt

- 51 Etnisten vähemmistöjen asema tai oikeudet
- 52 Etnisperusteiset konfliktit
- 53 Turvapaikkakysymykset
- 59 Muu

6. Suomen ulkoinen turvallisuus ja maanpuolustus

- 61 Sotilaallinen maanpuolustus, puolustuspolitiikka, puolustusvoimien toiminta
- 62 Sotilaallinen liittoutuminen, rauhankumppanuus, joukot jne.
- 63 Kotimainen rauhanliike
- 69 Muu

7. Rikos ja rangaistus

- 71 Poliisitoimi organisaationa muuten kuin rikosten yhteydessä
- 72 Rikokset
- 73 Oikeuslaitos ja oikeustapaukset
- 74 Vankilat ja vankeinhoito
- 79 Muu

8. Onnettomuudet ja pelastustoimi

- 81 Palo- ja pelastustoimi

82 Liikenneonnettomuudet (autot, lentokoneet jne.)

83 Tulipalot ja räjähdykset tms. isommat onnettomuudet esim. laitosten toiminnan yhteydessä

89 Muu

9. Talouspolitiikka (finanssi-, raha- ja elinkeinopolitiikka)

91 Ylikansallinen, maailmantalouden perspektiivi (myös WTO, IMF, FED)

92 Talous EU:n puitteissa

93 Suomen talous (mm. verotus)

99 Muu

10. Yritystalous ja rahoitusmarkkinat, liiketoiminta

101 Yritystaloutta ja yksittäisiä yrityksiä koskevat jutut

102 Rahoitusmarkkinat

103 Suhdanteet (kysyntä, tarjonta, hinnat)

109 Muu

11. Maa- ja metsätalous

111 Maatalouspolitiikka

112 Metsäpolitiikka

113 Maatalouden tuet ja toimeentulo

114 Maa- ja metsätalous

115 Kalastus, kalatalous

119 Muu

12. Työmarkkinat, työelämä

121 Työllisyys, työttömyys, työvoimapolitiikka

122 Työtaistelut

123 Työntekijäjärjestöt

124 Työnantajajärjestöt

125 Tulopolitiikka, työehtosopimukset

126 Sukupuolisyrjintä

127 Muu syrjintä (esim. ikä tai muut syyt)

129 Muu

13. Energia

131 Energiapolitiikka

132 Eri energialähteet

139 Muu

14. Ympäristökysymykset

141 Ympäristöpolitiikka (Suomen, EU:n jne.)

142 Ympäristöongelmat, uhkat ja tuhot

143 Luonnonkatastrofit

144 Alueiden käyttö ja kaavoitus

149 Muu

15. Liikenne

151 Liikennepolitiikka

152 Lentoliikenne

153 Raideliikenne

154 Maantieliikenne

155 Laivaliikenne

159 Muu

16. Asuminen

161 Asuntopolitiikka

162 Asumisen hinta

163 Asuntotuotanto ja taloyhtiöiden remontit

164 Asuminen eri ikäkausina, esteetön asuminen

165 Asumisterveyden kysymykset (sisäilman laatu jne.)

166 Kodin sisustaminen

169 Muu tai useampi edellä mainituista

17. Koulutus

171 Koulutuspolitiikka

172 Kansakoulu/keskikoulu/peruskoulu/lukio

173 Ammattikoulutus

174 Korkeakoulut

179 Muu

18. Terveys ja sairaus

181 Terveystoimintatilat (julkinen ja yksityinen)

182 Terveystoiminta

183 Sairaudet

189 Muu

19. Sosiaaliturva

191 sosiaalipolitiikka

192 erilaiset etuudet: lapsilisät, sair.vakuutuksen korvaukset, kansaneläkkeet

193 toimeentulotuki

194 vanhainkodit, vanhusten asema

195 päivähoito, lasten asema, huostaanotot

196 Kelan toiminta

199 muu

20. Kunnallispolitiikka ja aluehallinto

201 Kunnallis- ja maakuntapolitiikka

202 Kuntien ja kuntainliittojen talous

209 Muu

21. Joukkoviestintä

211 Viestintäpolitiikka (myös sananvapaus, mainonnan säätely)

212 Tiedotusvälineet

213 Internet

219 Muu

22. Kulttuuri

221 Kulttuuripolitiikka

222 Elokuva Kuvataide Kirjallisuus Teatteri Tanssi

223 Taidemusiikki

224 Populaarimusiikki

225 TV-viihde

229 Muu

23. Urheilu

231 Urheilupolitiikka tai julkinen tuki urheilulle

232 Urheilujärjestöjen toiminta

234 Urheilukilpailut ja niiden tulokset

235 Henkilöjutut

239 Muu

24. Perhe ja parisuhde

241 Perhepolitiikka (lainsäädäntö: puolisoitten asema ja oikeudet, lasten asema jne.)

242 Parisuhdeasiat ja -ongelmat sekä sukupuolisuus ja seksuaalielämä

243 Seksuaalivähemmistöjen asema, oikeudet ja ongelmat

244 Lastenkasvatus

245 Suku ja sukulaiset

249 Muu

25. Harrasteet ja vapaa-aika

251 Käsityöt

252 Liikunta

253 Kulttuuri

259 Muu

26. Kotitalous, ruoka ja kuluttaminen

261 Kuluttajapolitiikka ja kuluttajien oikeuksia koskeva säännöstö

262 Tuote- ja hintavalistus

263 Ruoka

264 Pukeutuminen

265 Matkailu

269 Muu

27. Alkoholi ja huumeet

- 271 Alkoholi- ja päihdepolitiikka, alkoholivero
- 272 Alkoholin julkinen käyttö ja sen säätely
- 273 Alkoholin ja huumeiden käytön aiheuttamat ongelmat
(myös henkilöjuttu, jossa alkoholi tai huume korostuu henkilön elämässä)
- 274 Raittiusliike ja alkoholi- ja päihdevalistus
- 279 Muu tai useampi edellä mainituista

28. Historia

- 281 Kotiseutuhistoria
- 282 Suomen historia
- 283 Maailmanhistoria
- 289 Muu

29. Tiede, tutkimus ja tekniikka

- 291 Tiede- ja teknologiapolitiikka
- 292 Tutkimuksen rahoitus, säätiöt
- 293 Biotieteet ja ympäristötutkimus
- 294 Kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimus
- 295 Luonnontieteiden ja tekniikan tutkimus
- 296 Terveystutkimus
- 299 Muu

30. Uskonto ja elämäntutkimus

- 301 Valtion kirkkolainsäädäntö ja kirkkopolitiikka
- 302 Kirkot, seurakunnat ja erilaiset uskonnolliset yhteisöt ja niiden toiminta
- 303 Uskontoja tai uskoa käsittelevät jutut
- 304 Muut elämäntutkimuksesta käsittelevät jutut
- 309 Muu

31. Sää

- 311 Sääntiedotukset
- 319 Muu sääaihe

32. Muu aihe

- 329 Kaikki muu

9. PÄÄTOIMIJAN VIITERYHMÄ

Päätoimija tarkoittaa jutussa eniten esillä olevaa tahoa puhuja-asemasta riippumatta, pyritään koodaamaan otsikon ja ingressin avulla sekä mahdollinen etusivulla oleva kuva huomioon ottaen, tarvittaessa myös sisäsivuilta. Mielipidejuttujen päätoimija on kirjoittaja.

- 1 Ylikansallinen tai ulkomainen poliittinen, taloudellinen, sotilaallinen tai muu liittoutuma, järjestö tai valtio

- 2 Suomen valtiojohto (presidentti, valtioneuvosto, eduskunta) tai suomalainen poliittinen ryhmittymä
- 3 Julkishallinto tai julkinen palvelutuotanto. Valtio, maakuntaliitot, kunnat, kuntaliitot. Yleishallinto sekä sosiaali-, terveydenhuolto- ja sivistyspalvelut eli koulut ja kirjastot
- 4 Poliisi- tai puolustushallinto
- 5 Tieteen- ja tutkimuksen harjoittajat
- 6 Elinkeinoelämän järjestö tai yritys. Työnantajaliitot, toimialaliitot, myös yksittäiset yritykset
- 7 Ammattiyhdistysliike
- 8 Kirkollinen tai uskonnollinen yhteisö
- 9 Maa- ja metsätalous, maanviljelijät, maatalouden etujärjestöt
- 10 Kansalaisjärjestöt
- 11 Urheilu, urheilujärjestöt
- 12 Taide, kulttuuri, niiden laitokset ja järjestöt
- 13 Tiedotusväline tai sitä edustava henkilö, esimerkiksi toimittaja
- 14 Viihde- ja muotiteollisuus, populaarikulttuuri
- 15 Yksityishenkilö – ei mainita mitään erityistä taustatahoa
- 16 Lehti itse
- 17 Muu taho tai epäselvä

10. PÄÄTOIMIJAN SUKUPUOLI

- 0 Ei määriteltävissä tai päätoimija ei ole yksittäinen henkilö tai ihminen.
- 1 Nainen
- 2 Mies

11. NAISTEN JA MIESTEN ESITTÄMISEN TAVAT

Jutussa mainitaan tai kommentoidaan seuraavia asioita:

- 0 muuttujaa ei esiinny
- 1 päätoimijan ikä
- 2 päätoimijan sukupuoli
- 3 päätoimijan siviilisääty
- 4 päätoimijan uran ja perheen yhdistäminen
- 5 päätoimijan ulkoinen olemus (pukeutuminen, asusteet, kampauss, meikki jne.)
- 6 päätoimijan luonteenpiirteet
- 7 Päätoimijan puhetta luonnehditaan emotionaalisesti värittyneellä tavalla tai hänen esitystään kuvaillaan muuten tavalla, joka ei ole neutraali

12. JUTTUKOKONAISUUDESSA HAVAITTujen LÄHTEIDEN LUKUMÄÄRÄ

Koodataan puhuvien toimijoiden määrää ilmaisevalla numerolla.

Koodataan etu- ja sisäsivulta muista paitsi mielipidejutuista.

13. SEKSUAALISUUS JA SUKUPUOLIELÄMÄ

Juttu sisältää seksuaalisuutta koskevan ainesosan jossakin seuraavista muodoista

- 0 Ei sisällä
- 1 Seksuaalipolitiikka ja siihen liittyvä lainsäädäntö, ihmiskauppa
- 2 Yksityishenkilöiden sukupuolielämä
- 3 Sukupuolisuutta ja seksuaalielämä käsittelevä uutinen tai muu asiajuttu (sis. myös seksuaalivähemmistöt, lasten seksuaalinen hyväksikäyttö)
- 4 Prostituutio ja seksipalvelut
- 5 Esitellyn tai käsitellyn teoksen tai muun kulttuurituotteen sisällön osana.
- 9 Muu

14. VÄKIVALTA

- 0 Ei esiinny
- 1 Väkivaltarikos yleensä (murha, tappo, pahoinpity, tappelu ja sen sellainen)
- 2 Perheväkivalta
- 3 Seksuaalinen väkivalta tai ahdistelu (muu kuin edelliseen kirjautuva)
- 4 Sotiin tai konflikteihin liittyvä väkivalta, terrorismi
- 5 Poliittinen väkivalta (palkkamurhat, vangitsemiset, kidutus)
- 6 Väkivalta urheilukentillä tai katsomoissa
- 9 Muu (väkivallalla uhkaaminen, kiusaaminen, häirintä, vapaudenriisto, tuhopoltto)

15. JUTUN MAANTIETEELLINEN ALUE

- 0 Ei määritettävissä
- 1 Paikallinen tai alueellinen
- 2 Valtakunnallinen
- 3 EU-tasoinen
- 4 Jossain ulkomailla tai maailmanlaajuinen
- 5 Juttu yhdistää ulkomaan ja Suomen näkökulman

16. TUOTEMERKKIEN NÄKYMINEN KUVISSA

Merkitään kuvassa näkyvien tuotemerkkien määrä

17. DRAMATISOIVAT ESITYSTAVAT

Tarkoittaa väkivallalla, erotiikalla, tirkistelynhalulla, skandaalinkäryisyydellä tai muulla sellaisella mässäilyä tai maustamista. 0 = ei sisälly 1 = sisältyy

- 1 Juttu erotisoi
- 2 Korostaa väkivaltaa tai vaaraa
- 3 Vetoaa tirkistelynhaluun
- 4 Tekee sensaatiota tai liioittelee (esim. henkilön yksityiselämästä)
- 5 Demonisoi kohteensa
- 6 Juttu pelkistyy henkilöön

18. KULUTTAMISKESKEISYYS

Muuttuja kertoo journalismin 'kuluttamiskeskeisyydestä'. Juttu puhuttelee lukijaa kuluttajana. Lehti testaa uusia tuotteita, esittelee 'ulkoisia' elämäntyyliä, jotka perustuvat identiteetin rakentamiseen ostamisen kautta hankittujen asioiden varaan. Asuminen, sisustus, autot, harrastukset tai harrastusvälineet, matkailu, pukeutuminen, kauneudenhoito. Tuotemerkkien, ostopaikkojen, hintatietojen esittäminen. Kuluttajavalistus lasketaan tähän mukaan.

- 0 Ei
- 1 Kyllä

Kirjataan erikseen: UUTISVALINTOJEN YHDENMUKAISUUS

Muuttuja saa arvon 1–14 sen mukaan, monta eri aihetta pääuutisena esiintyy. Toinen luku kertoo kyseisenä päivänä ilmestyneiden viestimien määrän, vaihtelee 10 ja 14 välillä.

Liite 2. Otopäivät ja pääuutisten otsikot vuosien 2006 ja 1996 aineistossa

1.10. JA 2.10. 2006

YLE Päivän peili

- Keskustan ensi kevään vaalibudjetti on isompi kuin koskaan ennen

RADIO NOVA

- Siviilipalveluksen lyhentäminen saa tukea eduskunnassa

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Venäjän ja Georgian sanasota yltyy

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Vangeille suunnattujen huumekirjeitten pelätään lisääntyvän

AAMULEHTI

- Suomalainen haluaa hyllynsä valmiiksi koottuna
- Kysely: Asiakkaat ovat valmiita maksamaan nykyistä paremmasta palvelusta

HELSINGIN SANOMAT

- Kolmikantaa syytetään vallan omimisesta

ILKKA

- Rullalautailu koettelee kehoa
- Liikuntavammat kasvussa Suomessa – lisäystä 23 vuodessa 60 prosenttia

KALEVA

- Suomalainen rauhanturvaaja haavoittui Afganistanissa
- Miestä ammuttiin käsiaseella rintaan ja jalkaan, hänen tilansa oli illalla vakaa

SAVON SANOMAT

- Metallien riskikartoitus alkaa

TURUN SANOMAT

- Luvatonta pysäköintiä yritetään saada kuriin valvontamaksulla
- Yksityiset parkkipirkot jalkautuivat myös Turkuun

METRO

- Miestä ammuttiin Vermon raviradalla

UUTISLEHTI 100

- Miestä ammuttiin Vermossa

ILTALEHTI

- Jani Wikholm joukkotappelussa
- ”Silmä mustana, naama turvoksissa, otsassa kuhmu”

ILTA-SANOMAT

- IDOLS-JANI HAKATTIIN keikkapaikan ulkopuolella

6.11. ja 7.11.2006

YLE radio Päivän peili

- EU vaatii tarkkaa selvitystä lauantaisesta Länsi-Eurooppaa pimentäneestä sähkökatkosta, joka oli lähellä levitä koko Eurooppaan

RADIO NOVA

- Euroopan yllättäneen sähkökatkon syy on yhä auki

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Keskusta aikoo pitää kiinni liittoutumattomuudesta eikä halua Suomea Natoon myöskään ensi vaalikaudella

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Puolustusministeri Seppo Kääriäinen väläytti Nato-jäsenyyttä, jos armeija ei saa lisärahoitusta

AAMULEHTI

- Taloihin on hankittava lisää palovaroittimia
- Turvallisuus: Uusi asetus määrää varoittimen jokaisella alkavalle 60 neliölle

HELSINGIN SANOMAT

- Esitys: Jopa 20 koulua lakkautettaisiin Helsingissä
- Kainalojuttu: Lakkautettaviksi esitettyjä Helsingin kouluja

ILKKA

- Konepajat työllistävät mutta potevat silti työvoimapulaa

KALEVA

- Voimalinjasta vaaraa Saarellassa
- Sähkövirta tuntuu peltikatoilla ja näkyy valokaarena sateenvarjoissa

SAVON SANOMAT

- Savokin on kantaverkon varassa

TURUN SANOMAT

- Kaupunki valmis luopumaan Ifiltä ostetuista miljoonakiinteistöistä
- Rahaton Turku myymässä jopa Vanhan Suurtorin taloja

ILTALEHTI

- SURMAAJA PYYSI APUA NELJÄSTI / -häätäkeskus löi luurin korvaan

ILTA-SANOMAT

- Naapurit surevat palossa kuollutta perhettä: / He elivät omaa UNELMAANSA

METRO

- Tallink-johtajien risteilykäytös halutaan selvittää

UUTISLEHTI 100

- Tallink-pomot sikailivat laivalla

31.10. ja 1.11. 2006

YLE radio Päivän peili

- Ilmavoimien Hornet-hävittäjiä valmistellaan kansainvälisiin tehtäviin / Yleisradion saamien tietojen mukaan Yhdysvallat on valmis myymään hävittäjiin myös uutta ohjuskalustoa

RADIO NOVA

- Työikäisten miesten kuolemien syy on yhä useammin alkoholin liikakäyttö

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Suomi aikoo ostaa Hornet-hävittäjiin Yhdysvaltojen tarkasti valvomaan uusinta aseistusta

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Poliisin tietoon on tullut tänään jo parisensataa peltikolaria

AAMULEHTI

- Myräkkä sotki liikenteen maalla, raiteilla ja raveissa
- Mitä: Kova lumipyry levisi illan aikana eteläiseen Suomeen, tuhannet olivat illalla sähköittä
- Liikenne: Rekat juutuivat mäkiin, lentoja jouduttiin perumaan, junaliikenne takkuua vielä aamulla
- Oho: Teivon ravit peruttiin ensimmäisen kerran 20 vuoteen muun kuin pakkasen vuoksi

HELSINGIN SANOMAT

- Alkoholi on jo työikäisten miesten yleisin kuolinsyy
- Viina tappaa 15-64-vuotiaita miehiä useammin kuin sepelvaltimotauti
- » Myös naisten alkoholisairaudet kasvussa

ILKKA

- Rannikko-Pohjanmaan Yrittäjät pääsi aluejärjestöksi / Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien Jorma Luoma uhkaa viedä keskusjärjestön päätöksen käräjille

KALEVA

- Tykin ammuksia rojun seassa Kalajoella
- Oulusta löytyi läjä vanhoja saksalaisia sotatarvikkeita kerrostalon kellarin varastosta

SAVON SANOMAT

- Laiton aukko päivystyksessä
- Hammashuolto: Kaikissa Savon kunnissa ei viikonvaihteessa pääse hammaslääkärille.

TURUN SANOMAT

- Liittualaisyritykset maksaneet alle viidesosan minimipalkasta
- Lakot ja sääntöjä rikkovat yritykset kasaavat ongelmia Turun telakalle

METRO

- Viina nyt työikäisten miesten yleisin tappaja

UUTISLEHTI 100

- Satakunta autoilijaa kolaroi

ILTALEHTI

- Vanhemmat kylässä / Tästä 3-vuotias katosi yöhön

ILTA-SANOMAT

- 39 vuoden avioliitto ohi silmänräpäyksessä. Iltakävely päättyi kuolemaan suojaatiellä

25. ja 26.10.2006

YLE radio Päivän peili

- Suomi ryhtyy selvittämään Saksan ja Venäjän välille merenpohjaan rakennettavan
- maakaasuputken ympäristövaikutuksia. Putki kulkee lähimmillään parin kilometrin päästä
- Suomen rannikosta

RADIO NOVA

- Korkeimman oikeuden presidentti kritisoi voimakkaasti oikeuslaitoksen tilaa

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Itämeren historian suurin hanke etenee vauhdikkaasti. Maakaasuputken linjaus Venäjältä Saksaa on tarkentunut

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Eduskuntavaaleissa yleistyy uusi ilmiö – varainhankinnassa yhteistyötä yli puoluerajojen

AAMULEHTI

- Biopolttoaineista ei ole ympäristölle suurta iloa
- Tutkimus: Ohran ja rypsin lannoittamisesta aiheutui paljon päästöjä

HELSINGIN SANOMAT

- Turvaajatoverit: haavoittunut jäi kahden tulen väliin
- Afganistanin suomalaiset rauhanturvaajat raportoivat pahoista varustepuutteista

ILKKA

- Maaseutuviraston toiminta vakiinnutetaan Helsingissä. Seinäjoen toimipiste kasvaa aluksi asteittain ja merkittävämminkin vasta 2008. Noin 210 työntekijästä vain 13 sanoo olevansa heti valmis muuttamaan

KALEVA

- Puolueettomuus oli vaarassa / Jukka Seppinen: Suurlähettiläs Vladimir Stepanov yritti romuttaa Suomen aseman 1977

SAVON SANOMAT

- Pirstävä ruiske Sveitsistä. Matkailu: Tuusniemen kunta ja sveitsiläinen toimija neuvottelevat tasokkaan lomakylän rakentamisesta Pahkasalon saareen. Perusvalmiudet hankkeelle jo luotu

TURUN SANOMAT

- Naapurikunnat pitävät kiinni myös muista kumppaneista Kahdeksan kunnan yhteistyö ei johda suur-Turun syntyyn

METRO

- Kaksi vankia pakeni sairaalan ikkunasta

UUTISLEHTI 100

- Kaksi vankia pakeni Hesperiaista

ILTALEHTI

- Vaarallinen murhaaja pakeni yöhön

ILTA-SANOMAT

- Vankeustuomio uhkaa Jasmin Mäntylää

19. ja 20.10.2006

YLE radio Päivän peili

- Finnairin lakko jatkuu / Sovintoneuvottelut on tältä päivää lopetettu ja niitä jatketaan huomenna / Finnair pitää kiinni siitä, että yhtiön nykyinen työehtosopimus on liian kallis

RADIO NOVA

- Finnair ilmoittaa lisäävänsä lentoja huomenna lakkotilanteesta riippumatta

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Finnairin lakko jatkuu. Sovittelu keskeytyy, ja tukitoimet uhkaavat laajentaa lakkoa

MTV3 Kymmenen Uutiset

- AKT tukee lentolakkoa. Finnairin koneita ei tankata

AAMULEHTI

- Työntekijät eivät taivu, vaikka lakko olisi laitton
- Finnair: Työtuomioistuimien käsittelee kanteet jo tänään perjantaina, esillä on sekä lakon että itse palkkauspäätöksen laillisuus

HELSINGIN SANOMAT

- Finnairin lakko jatkuu, Helsinki-Vantaalla jonoja
- » Matkustajat valittivat heikkoa tiedotusta
- » AKT lopetti koneiden tankkauksen
- » Kiistan sovittelu jatkuu tänään iltapäivällä

ILKKA

- Lentolakko seisautti suomalaisten syyssuunnitelmat
- Lakko jatkuu ainakin perjantai-iltapäivään saakka

KALEVA

- Lentolakko ajoi tuhannet juniin
- Syyssuunnitelmat monilta uusiksi, pohjoisen verikuljetukset uhattuna, sovittelu jatkuu perjantaina

SAVON SANOMAT

- Lakon Sovittelu umpikujassa
- Lentolakko: AKT:n tukitoimet vaikeuttavat tankkausta. Finnair kertoo lentävänsä Kuopioon perjantaina viisi vuoroa

TURUN SANOMAT

- Kännyköiden keskihinnan putoaminen laskee kurssia
- NOKIA KESKITTÄÄ MYYNTIÄÄN YHÄ ENEMMÄN HALPAMAIHIN

ILTALEHTI

- Karita Mattilan vaikea leikkaus

ILTA-SANOMAT

- Tuore kirja paljastaa: Paula Koivuniemi oli Ilkka Kanervan SUURI RAKKAUS

METRO

- Viestintävirasto: Kaikilla ministereillä on tv-lupa

UUTISLEHTI 100

- Viina-ale lisäsi henkirikoksia

13. ja 14.10.2006

YLE radio Päivän peili

- Kokoomuksen puoluesihteerinä Harri Jaskaria epäillään parituksesta ja useasta eri pahoinpitelystä. Jaskaria syyttää tämän entinen naisystävä. Jaskari kiistää syytökset, mutta vetäytyy puoluesihteeriydestä.

RADIO NOVA

- Väestöliitto kiittelee hedelmöityshoitolaian ratkaisua

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Nobelin rauhanpalkinto meni yllätysnimille

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Kokoomuksen puoluesihteerä epäillään parituksesta

AAMULEHTI

- Naisparit saavat sittenkin hedelmöityshoitoja
- Eduskunta: Pitkä kiista hoitolaista päättyi sallivan linjan voittoon

HELSINGIN SANOMAT

- Naisparit ja yksinäiset saavat hedelmöityshoitoja vastakin
- » Salliva linja voitti äänestyksessä, päätös tuskin muuttuu jatkokäsittelyssä

ILKKA

- Seinäjokelainen Foodwest ehdolla elintarvikeklusterin vetäjäksi

KALEVA

- Hedelmöityshoito laillistetaan / Enemmistö pohjoisen kansanedustajista olisi kieltänyt hoidot yksinäisiltä naisilta ja lesbopareilta

SAVON SANOMAT

- Vaaliremontti hallituspöytään
- Vaalialueet: Keskusta ja kokoomus kannattavat demareita innokkaammin uudistusta

TURUN SANOMAT

- Ensi talvena sähkön käyttöä saatetaan joutua rajoittamaan
- PVO:n TIMO RAJALA VAROITTAJAA JOPA POIKKEUSLAIN TARPEESTA

ILTALEHTI

- Kokoomuspomoa epäillään parituksesta
- Mustasukkaisuutta ja riitoja ”Rakastuin väärään ihmiseen”

ILTA-SANOMAT

- Paritus- ja pahoinpitelyepäily / Puoluepomon SEKSISKANDAALI!
- Virolaisella naisystävällä valenimi

Metro ja **UL100** eivät ilmesty lauantaisin.

7. ja 8.10.2006

YLE radio Päivän peili

- Laimean kampanjoinnin arvellaan latistavan Latviassa meneillään olevien parlamenttivaalien äänestysintoa

RADIO NOVA

- EU:n tasa-arvoministerit haluaisivat suuryritysten hallitukseen lisää naisia

YLE TV-UUTISET klo 20.30

- Kansainvälisesti tunnettu venäläinen toimittaja Anna Politkovskaja surmattiin kotitalonsa rappukäytävässä Moskovassa

MTV3 Kymmenen Uutiset

- Tsetseniaa puolustanut toimittaja Anna Politskovskaja on surmattu

AAMULEHTI

- Teollisuusjohtaja vaatii työtä tunnin lisää päivässä
- Työ: Teknoliateollisuuden työnantajapoliittisen työryhmän puheenjohtaja Stig Gustavsson on huolissaan, kun suomalaiskoneet seisovat tyhjän panttina

HELSINGIN SANOMAT

- Suomelle kiitosta EU-puheenjohtajana
- » Tutkijat kehuvat Libanonin-kriisin hoitoa
- » Kokoussuman turvallisuusjärjestelyt maksavat odotettua enemmän

ILKKA

- Täytyy olla rohkea halu tehdä historiaa

KALEVA

- Tarja Cronberg / Lisäydinvoima hylättävä
- Uuden hallituksen valittava selkeä linja uusiutuvan energian puolesta

SAVON SANOMAT

- Mainonta tunkee tv-ohjelmiin
- Televisiodirektiivi: Euroopan Unioni saattaa sallia tuotesijoittelun uuttamisen ohjelmien sisään. Lastenohjelmat ja uutiset kuitenkin suojattaisiin

TURUN SANOMAT

- Avun tulo saattaa kestää kohtalokkaan kauan
- Ambulansseja on liian vähän nykyisiin hälytyskuljetuksiin

IL, IS, Metro ja UL100 eivät ilmesty sunnuntaisin.

Pääuutisten otsikot: vuoden 1996 otos

30.9.1996

AAMULEHTI

- Sairaanhoidajille eettiset ohjeet
- Suomen sairaanhoitajaliitto vaatii, että laitoksiin perustettaisiin eettisiä neuvostoja

HELSINGIN SANOMAT

- Netanjahu ja Arafat huippukokoukseen / Israel ja palestiinalaiset neuvottelevat rauhan ehdoista

ILTA-SANOMAT

- Villisikoja eksyi keskelle Helsinkiä

5.11.1996

AAMULEHTI

- Yrityskauppojen valvontaan tulee laki / Kauppa- ja teollisuusministeri Kalliomäki saanee lakiluonnoksen käsiinsä vuodenvaihteessa

HELSINGIN SANOMAT

- Zairen tutsijoukot julistivat tulitauon / Kapinallisten komentaja uhosi voitontahtoa Gomassa

ILTA-SANOMAT

- Vauvakuumetta Eduskunnassa / HE ODOTTAVAT VAUVAA

30.10.1996

AAMULEHTI

- Nato voi laajeta usealla kierroksella
- Puolustusministeri Anneli Taina ei pelkää ovien sulkeutuvan Suomen edestä yhden kierroksen jälkeen
- Naton pääsihteerin Javier Solana tänään Suomeen, superkumppanuudesta odotetaan tarkkoja tietoja

HELSINGIN SANOMAT

- Ala- ja yläasteen raja aiotaan poistaa kouluista
- Uutta, luokatonta peruskoulua kokeillaan joissakin kunnissa

ILTA-SANOMAT

- 12-vuotias Jarkko äänesti eduskuntavaaleissa
- Äänestyskortti kuului pojan 48-vuotiaalle tädille

24.10.1996

AAMULEHTI

- Erikoishoitoon pääsy vaikeutuu
- Pirkanmaan terveyskeskuslääkäreitä kehoitetaan pidättyvyyteen läheteiden kirjoittamisessa

HELSINGIN SANOMAT

- Viinarajoille ehkä / viiden vuoden jatko
- EU tarjosi Suomen tiukoille tuontirajoituksille lisäaikaa
- Vastineeksi Suomi voi helpottaa nopeasti viinintuontia

ILTA-SANOMAT

- Taidetta vai eläinrääkkäystä?
- ROBOTTI JAHTAA kalkkunoita galleriassa

18.10.1996

AAMULEHTI

- Jeltsin erotti kenraali Lebedin
- Potkujen pelätään johtavan taas sotaan Tshetsheniassa

HELSINGIN SANOMAT

- Presidentti Boris Jeltsin erotti Aleksandr Lebedin
- Suuttunut Jeltsin ilmoitti päätöksestään suorassa tv-lähetyksessä

ILTA-SANOMAT

- Koululaisliiga pani huumevoitot VIINAAN JA NAISIIN

12.10.1996

AAMULEHTI

- Nobel-komitealta tuomio Indonesialle. Rauhanpalkinnon saaneet miehet ovat arvostelleet Suomen asevientä Itä-Timoria miehittävään Indonesiaan

HELSINGIN SANOMAT

- NESTE VAHVISTI 495 MILJOONAN TRADING-TAPPION
- Alkuvuoden tulos romahti miinukselle mutta pörssikurssi vahvistui hiukan

ILTA-SANOMAT

- Näin muoti nyt määrää: RUMA ONKIN KAUNIS

6.10.1996

AAMULEHTI

- LAITTOMAT LÄÄKKEET LIIKKUVAT INTERNETIN KAUTTA SUOMEEN
- Yritykset myyvät tietoverkoissa jopa äärimmäisen vaarallisia AIDS-lääkkeitä.

HELSINGIN SANOMAT

- Uusi perussopimus eteni EU:n huippukokouksessa
- Pääministeri Lipposen mukaan myös työllisyys otetaan huomioon

Ilta-Sanomat ei ilmesty sunnuntaisin.