

# J

## **jakelu**

1) Radio- tai tv-ohjelman lähettäminen yleisölle 2) Lehtien fyysinen toimittaminen tilaajille ja irtonumeron ostajille. 3) Ilmaisjakelulehden painosmäärä tai menekki.

**jakeluverkko** Televerkko, jota käytetään pääasiassa tiedon lähettämiseen tai siirtoon samanaikaisesti monelle vastaanottajalle, esimerkiksi Yleisradion radion ja tv:n jakeluverkot. Esimerkiksi yhteisantennijärjestelmä koostuu runkoverkosta, haaraverkosta ja taloverkosta.

**jakeluvirta** Tapa, jolla tiedotusvälineiden tuotanto leviää yleisön käyttöön joko yksittäisinä tuotteina eli lehtinä tai jatkuvana virtana kuten radio- ja tv-ohjelmat.

**jakso** 1) Kohtausta laajempi, mutta näytöstä suppeampi kokonaisuus elokuvassa. Jakso muodostuu kohtauksista, joilla on toiminnallinen yhteys. 2) Televisiosarjan jakso eli osa. 3) Dvd-ohjelman osio, johon on levyllä suora hakutoiminto.

**jaksotus** ks. uutissykli

**jammed lead** Liikaa yksityiskohtaista tietoa sisältävä uutiskärki.

**jargon** Tietyillä ammattialoilla käytettävät käsitteet, joita ei välttämättä ymmärretä ammattikunnan ulkopuolella.

**jatke** Taitettaessa sivulta ylijäänyt lehtijutun osa, joka sijoitetaan jollekin muulle sivulle.

**jatkojuttu** 1) Uutisaiheen myöhempi käsittely uudesta näkökulmasta tai uutiseen liittyvien uusien lisätietojen pohjalta. Jatkojuttujen avulla jotakin asiaa voidaan ylläpitää yhteiskunnallisen keskustelun puheenaiheena. 2) Etu- tai premiäärisivulle sijoitetun aiheen jatkuminen sisäsivuilla.

**jatkokysymys** Toimittajan spontaanisti haastateltavalle esittämä kysymys, joka pohjautuu haastateltavan aiempaan vastaukseen. Jatkokysymyksellä pyritään tarkentamaan aiempaa vastausta tai saamaan siihen lisää tietoja.

**jatko-osa** Elokuva, joka jatkaa sen (usein samannimisessä) edeltäjässä käynnistynyttä tarinaa.

**jatkoviite** Merkki tai tekstirivi, jolla osoitetaan jutun jatkuvan jollekin lehden sivulle tai olevan jatkoa joltakin sivulta.

**jatkuvuus** Kuvallinen tai äänellinen elementti, joka sitoo kuvia tai kohtauksia toisiinsa.

**jazzjournalismi** ks. keltainen journalismi

**jingle** 1) Radio- tai televisioaseman toistuvasti lähettämä lyhyehkö asema- tai kanavatunnus, jonka tarkoituksena on vahvistaa kanavan identiteettiä ja erottumista muista kanavista. Tunnus voi olla lyhyt melodiapätkä tai kanavan nimeen perustuva hokema. 2) Mainostajan tai ohjelmasponsorin tunnus radiossa tai televisiossa.

**j-käyrä** 1) Henkilökohtaisten kontaktien vaikutus johonkin uutistapahtumaan liittyvän tiedon leviämisessä ihmisten keskuudessa. Ensi vaiheessa tieto tapahtumasta leviää pääosin median välityksellä, mutta pian tämän jälkeen henkilökohtaisten kontaktien merkitys kasvaa (asiaa koskeva "tietoisuuskäyrä" on J-kirjaimen muotoinen). 2) Riippuvuus jostakin yksittäisestä asiasta tietoisien henkilöiden määrän ja median ulkopuolisista lähteistä ko. asiassa kuulleiden henkilöiden määrän välillä.

**joe-six-pack** Amerikkalainen keskivertolukija, jota käytetään uutistekstin ymmärrettävyyden mittarina suomalaisen *pihtiputaan mummon* tavoin.

**joggaus** Filminauhan tai videoleikkeen katselu eteen- tai taaksepäin ruutu kerralla.

**johdantokuva** ks. esittelykuva

**johdeviestin** ks. joukkoviestin

**johdeviestintä** ks. viestintä

**johtamisviestintä** Menetelmä ohjata organisaation tiedon luontia ja päätöksentekoa ja tätä kautta laajemmin organisaation toimintaa. Strategisella tasolla johtamisviestintää tarvitaan vision, liikeidean, mission ja liiketoimintastrategian hahmottamisessa. Taktisella tasolla johtamisviestintä liittyy voimavarojen suuntaamiseen ja allokontiin. Operatiivisella tasolla johtamisviestintä liittyy arkiseen tekemiseen ja vaikuttamiseen tavoitteiden suuntaan.

**joukkojulkaisu** Postimaksultaan joukkokirjettä halvempi, vastaanottajan nimellä ja osoitteella varustettu sanoma- tai aikakauslehti, jonka on ilmestyttävä vähintään neljä kertaa vuodessa.

**joukkojäynä** Matkapuhelimien avulla tiettyyn paikkaan tietynä aikana sattumanvaraisesti koolle kutsuttu joukko ihmisiä. Spontaanin verkostoitumisen tavoitteena on tehdä julkisella paikalla jokin hassu tempu ja sen jälkeen hajaantua.

**joukkokirje** Vastaanottajan nimellä ja osoitteella varustettu painotuote, yleensä suoramainoslähetys.

**joukkoristiside** ks. joukkokirje

**joukkotiedotus** ks. joukkoviestintä

**joukkoviestin** Joukkoviestinnän kanava tai joukkoviestintäsanomia kuljettava fyysinen tai tekninen väline. Joukkoviestimien välittämät sanomat ovat samanmuotoiset ja välitetään yksisuuntaisesti periaatteessa rajaamattomalle ja anonymille vastaanottajajoukolle. Joukkoviestimet on perinteisesti jaettu graafisiin eli painoviestimiin (lehti, kirja ja juliste) ja sähköisiin viestimiin (radio, televisio, elokuva, äänilevy, video, myös tietokonelevyke). Painoviestimiä on kutsuttu myös *kesto- tai tallenneviestimiksi* (sanomien siirto tapahtuu ainetta kuljettamalla ja sanoma voidaan tallentaa) ja sähköisiä viestimiä *pikaviestimiksi* (sanomat siirtyvät energiaa siirtämällä). Poikkeuksena tästä on sähköisten viestimien radio- ja tv-ohjelmien tallentaminen ääni- tai videonauhalle, jolloin niistä tulee myös kesto- viestimiä. Joukkoviestimistä voidaan erottaa omaksi lohkokseen myös *johdeviestimet*, esimerkiksi kaapeli-tv ja tietoverkot. Joukkoviestimien sisältö jakautuu toimituksen määrittämään journalistiseen ja mainostajien määrittämään ja kustantamaan ilmoitus- tai mainosaineistoon, jotka *hyvän journalistisen tavan* mukaan olisi erotettava toisistaan välineen journalistisen luotettavuuden takia. Journalistinen aineisto voidaan jakaa joukkoviestimen itsensä hankkimaan aineistoon ja ulkopuoliseen tarjontaan (tietotoimistot, lukijoiden kirjeet, asiantuntijakirjoitukset, erilaiset tiedotteet). Kaupallisten yritysten ohella joukkoviestimet voidaan ymmärtää myös erityisiksi yhteiskunnallisiksi instituutioiksi, jolloin joukkoviestintätuotannossa painotetaan erityisiä institutionalisoituja järjestelyjä. Joukkoviestimien päätehtävänä voidaan pitää tiedon tuottamista ja välittämistä yhteisössään. Joukkoviestimien tunnuspiirteitä on myös tuotanto: tavalla tai toisella tapahtuva tiedon hankinta, muokkaus ja tekninen "monistus". Tässä mielessä esimerkiksi tietotoimistoja ei voida pitää varsinaisina joukkoviestiminä, vaan ainoastaan viestimien pitkälle kehittyneinä tiedonhankintajärjestelminä. Organisatorisesti joukkoviestimet ovat kaksijakoisia. Yhtäältä viestimien journalistiset päätökset perustuvat ei-taloudellisia arvoja korostavaan yleishyödyllisyyteen suoranaisen omalle organisaatiolle saatavan hyödyn sijasta. Toisaalta viestimet ovat välttämättömyyden pakosta myös liikeyrityksiä, jotka tähtäävät tulevaisuutensa ja toimintansa taloudelliseen turvaamiseen. Esimerkiksi sanomalehti on usein osa kustannus- ja kirjapainotoimintaa harjoittavaa yritystä. Lehden ja muun toiminnan taloudelliset suhteet saattavat vaihdella melkoisesti yksittäisen viestintäyrityksen sisällä.

**joukkoviestintä** Suhteellisen laaja-alaista viestintää, ennen kaikkea tiedottamista, jolle on tyypillistä useiden samansisältöisten, standardinmuotoisten, ei-henkilökohtaisten ja usein anonyymien sanomien tuotanto ja samanaikainen levittäminen teknisten siirtomenetelmien ja institutionaalisten organisaatioiden (joukkoviestimien, tiedotusvälineiden) kuten sanomalehtien, aikakauslehtien, kirjojen, television, radion, äänitteiden ja elokuvan/videon avulla yleisölle. Yleisö on suhteellisen suuri ja periaatteessa itsestään valikoituva. Joukkoviestintä on tuotannoltaan ja (osin myös toiminnaltaan) julkista, organisoitua, joko suoraa (radio, tv) tai epätahtista (lehdet) ja perustuu viestimen ja yleisön kaupalliseen vuorovaikutussuhteeseen (lehden ostaminen, tilaaminen, mainosten seuraaminen). Joukkoviestimien toimintaedellytyksiä säätelee, joskin usein verraten väljästi, julkinen valta. Joukkoviestinnän ominaispiirteinä pidetään julkisuuden ja välillisyyden lisäksi myös viestinnän yksisuuntaisuutta. Sanomien teknisestä siirrosta ja yleisön laajuudesta johtuen välitön palaute usein puuttuu. Juuri tällainen tekniikasta ja yhteiskunnallisista valtasuhteista johtuva lähettäjän ja vastaanottajan välinen "epätasa-arvo" on syynä siihen, että joukkoviestintää kutsutaan usein myös joukkotiedotukseksi. Tällöin halutaan painottaa sitä, että joukkoviestinnältä puuttuu aito kaksisuuntaisuus samassa mielessä kuin esimerkiksi kahden henkilön kasvokkain tapahtuvassa viestintäsuhteessa. Tässä mielessä joukkoviestintä nähdään myös hierarkkiseksi sosiaalisesti suhteeksi. Yksisuuntaisuudesta poikkeuksina tästä ovat kuitenkin esimerkiksi erilaiset radion ja television kontaktiohjelmat ja mielipidekyselyt. Joukkoviestinnän sisältöön kuuluu journalistisen aineiston ohella myös fiktiivistä aineistoa ja mainontaa. Joukkoviestimien sanomatyypeiksi on eroteltu *dokumentaariset* eli tosiasiapohjaiset sanomat (uutiset, reportaasit, dokumenttielokuvat, asiaohjelmat) ja *fiktiot* eli kuvitelmiin perustuvat sanomatyyppit (kaunokirjalliset tuotteet, näytelmäelokuvat, sarjakuvat, sarjafilmit). Edelliset perustuvat periaatteessa tarkastettavissa oleviin tosiasioihin, jälkimmäisissä on otettu huomioon todellisuuden aineksia, mutta ne on sommiteltu ja muokattu uudelleen. Kolmantena sanomatyyppinä voidaan erottaa *mainokset*, jotka kertovat esittelemänsä tuotteen yksityiskohdista tarkistettavissa olevia tietoja, mutta tarjoavat samalla yleistyksiä ja lupauksia, joiden todenperäisyyttä ei ole tarkoituskaan näyttää toteen. Joukkoviestintä-käsitteen osuvuutta voidaan kritisoida kysymällä, missä määrin vastaanottajat todellisuudessa muodostavat jonkin relevantin "joukon" kun joukkoviestinnän vastaanotto kuitenkin tapahtuu yksityisesti ja yksilöllisesti. Toisaalta joukkoviestinnän tarjonnasta valtaosa on muuta kuin tietoa tai tiedottamista.

**joukkoviestintä: järjestelmät** Joukkoviestinnän rakenteellinen ja toiminnallinen organisoituminen tietyllä, esimerkiksi kansallisella, tasolla. Joukkoviestintäjärjestelmiä voidaan tarkastella esimerkiksi alueellisesta näkökulmasta (kansainvälinen, kansallinen, maakunnallinen, alueellinen ja paikallinen taso) ja edelleen aluejakoon perustuvilla sähköisten (satelliittikanavat, Yleisradio, Ylen alueradiot, paikallisradiot, kaapeli-tv) ja graafisten (kansainväliset aikakaus- ja sanomalehdet, kansalliset lehdet, maakuntalehdet, (talous)aluelehdet, paikallislehdet) viestimien tasolla. Jos joukkoviestintäjärjestelmä on avoin, siinä on mahdollisimman vähän yleisöä tai sanomaa koskevia rajoituksia. Suunnatussa järjestelmässä sanomajärjestelmä on avoin, mutta yleisöjärjestelmä sulkeinen, esimerkiksi viestimien kalleuden estäessä järjestelmään liittymisen. Jos järjestelmä on valvottu, sanomien sisällöllä on voimakkaita rajoituksia esimerkiksi poliittisten tai uskonnollisten syiden perusteella.

**joukkoviestintä: keskittyminen** Joukkoviestinnän kaupallisuuteen liittyvä kehityspiirre, jossa sekä yksittäiset joukkoviestimet että viestintäyritykset ovat kauppatavaraa. Kehitys perustuu siihen, että jo ilmestyvien lehtien (ja samalla niiden tilaaja- ja ostajakunnan) hankkiminen on usein kannattavampaa kuin uuden lehden perustaminen. *Horisontaalisessa* keskittymisessä yksi omistajaryhmä kontrolloi jollakin median toimialalla määrättyä median arvoketjun vaihetta yritysketjun avulla. Esimerkiksi maantieteellisesti rajatulla lähetysalueelle toimivat paikallisradiot toimivat kansainvälisessä omistuksessa. *Vertikaalinen* keskittyminen viittaa saman yrityksen toimimiseen useammalla teollisuuden alalla viestintäteollisuuden lisäksi. Yhtiö voi kontrolloida oman alansa tuotantoa sen arvoketjun alusta loppuun, esimerkiksi sanomalehti omistaa lehtien ohella myös kirjapainon ja lehtien jakelutoiminnan tai elokuvayhtiö omistaa studion, levitysverkoston ja teatteriketjun. Joukkoviestimien *ristiinomistuksessa* kysymys on erityyppisten kuten painettujen ja sähköisten välineiden omistuksen keskittymisestä samalle omistajalle.

**joukkoviestintä: roolit** "Aistien jatkeina" toimivan joukkoviestinnän erilaiset, usein samanaikaisesti toteutuvat tehtävät, kuten ympäristön tarkkailu, vaikutteiden yhdistäminen ja

kommentointi, kulttuuriperinteen välitys ja säilyttäminen sekä viihdyttäminen. Nopean uutisvälityksen ohella joukkoviestintä kritisoii vallanpitäjien toimintaa, tuo esiin yhteiskunnan tarpeita ja mielipiteitä, opastaa, viihdyttää ja voi toimia myös talouselämän ja yksityisten ihmisten ilmoitusvälineenä (kaupallinen joukkoviestintä). Joukkoviestintä on tavallaan yksi valtiomahti, joka valvoo ja tasapainottaa omalta osaltaan hallituskoneistoa (vartija). Se voi myös välittää yhteyksiä ympäröivään yhteiskuntaan ottamalla vastaan ja omaksumalla vaikutteita, asenteita ja ihanteita sekä yhdenmukaistamalla arvoja, tapoja ja tottumuksia (johtaja). Edelleen joukkoviestintä lisää yksityisten kansalaisten tietoa yhteiskunnallisesti tärkeistä asioista ja ympäristöstä (opettaja), mutta välittää myös pinnallisia, vähämerkityksellisiä asioita (viihdyttäjää).

**joukkoviestintä: tavoitavuus** Prosentuaalinen tunnusluku sille, kuin suuri osuus väestöstä seuraa mitään viestintävälineryhmää, kuten esimerkiksi sanomalehtiä tai televisiota.

**joukkoviestintä: vaikutukset** Kaikki ne journalististen tuotosten vastaanottajien tietoisuudessa, asenteissa, käyttäytymisessä tai sosiaalisessa positiossa aiheuttamat seuraukset, joita ei olisi esiintynyt, mikäli he eivät olisi asettuneet alttiiksi kyseisille tuotoksille. Uuden mielipiteen tai asenteen omaksumisen ohella joukkoviestinnän vaikutuksiin lasketaan kuuluviksi myös aikaisempien tietojen, asenteiden ja elämäkatsomuksen säilyttäminen ja vahvistaminen näitä tukevien sanomien avulla. Joukkoviestintä ei kuitenkaan vaikuta muusta yhteiskunnasta erillisenä mahtina. Esimerkiksi pitkäaikaisissa vaikutuksissa on hyvin vaikeaa osoittaa joukkotiedotuksen osuutta muista yhteiskunnallisista tekijöistä, kuten esimerkiksi koulusta, kirkosta, yhdistyksistä tai armeijasta. Englanninkielisessä kirjallisuudessa joukkoviestinnän vaikutukset jaetaan kolmeen luokkaan: empiirisesti mitattavissa oleviin, lyhyen tähtäimen ja usein tehokkaiisiin vaikutuksiin (*effect*), pitkän tähtäimen, vaikeasti tai ei lainkaan mitattavissa oleviin vaikutuksiin (*influence*) ja edellisten välimaastoon sijoittuvaan vaikutukseen (*impact*). Vaikka median vaikutuksia pidetäänkin yhtenä tiedotustutkimuksen keskeisimmistä kohteista, "suuri vaikutusteoria" puuttuu yhä, eikä tutkijoiden piirissä löydy kovinkaan paljon yhteisymmärrystä vaikutusten luonteesta tai laajuudesta. Esimerkiksi vastaanottajien kyky uloskoodata merkityksiä on käytännössä rajaton, eikä yksityiskohtaisten vaikutusten tai vaikuttamattomuuden tunteella ole todistusvoimaa. Epävarmoja arvioinnin kohteita ovat esimerkiksi vaikutusten suunta, etukäteen arvattavuus, interaktiivisuus, välillisuus, kesto, tarkoituksellisuus ja tarkoittamattomuus, myönteisyys ja kielteisyys. Vaikutukset ovat lisäksi usein liian hitaita tai vähäisiä mitattaviksi, vaikeasti tulkittavia, monimielisiä, ristiriitaisia ja liian vaihtelevia. Joukkoviestinnän on todettu sisältävän eniten sellaisia tietoja, jotka ovat samansuuntaisia yhteiskunnassa vallitsevien mielipiteiden kanssa. Vaikutukset on todettu suuremmiksi suljetuissa kuin moniarvoisissa yhteiskunnissa. Suurimmillaan vaikutus on virikeköyhässä ympäristössä, jossa sanomien vastaajalla ei ole asiasta aikaisempia tietoja. Usein joukkoviestintä sekoittuu vaikuttajien henkilökohtaiseen panokseen. *Kaksivaiheisen joukkoviestinnän vaikutusteorian* mukaan joukkoviestimien välittämät sanomat saavuttavat suoraan vain osan yleisöstään, erityisesti mielipidejohtajat, jotka välittävät asiat edelleen henkilökohtaisissa tapaamisissaan. Vaikuttavuutta arvioitaessa onkin pidettävä erillään sanomien lähettäjien subjektiiviset tarkoitukset, sanomien objektiivisesti tutkittavissa oleva sisältö, sanomien vastaanottajien subjektiiviset sisältöä ja vaikutusta koskevat tuntemukset sekä sanomien objektiivisesti tutkittavissa olevat vaikutukset. Ylipäätään vaikutuksia arvioitaessa olennaisinta ei ole esimerkiksi eri välineiden erot, vaan välineiden yhteisvaikutus. Sen edellytyksenä on, että eri välineiden sisällön yleiset piirteet ovat samat.

**joukkoviestintä: valvontamallit** Joukkoviestimien omistukseen liittyvä valta osallistua niiden hallintoon ja vaikuttaa tätä kautta viestinnän sisältöön. Valvontamalleja on erotettu kolme. *Parlamentaarisen* (julkisesti kontrolloidun) valvonnan puitteissa kaikilla kansalaisilla on ainakin periaatteellinen mahdollisuus vaikuttaa joukkoviestinnän (Suomen Yleisradion) luonteeseen erityisten valvontaelimien kautta. *Järjestöllisessä* (tunnustuksellisessa) valvontamallissa kansalaisten vaikutusmahdollisuudet toteutuvat järjestöllisen demokratian kautta (puolue- ja järjestölehdet). *Kaupallisessa* valvontamallissa joukkoviestimien omistajat määräävät tuotteensa sisällön ja luonteen, ja yleisö voi vaikuttaa tuotantoon vain epäsuorasti kulutuskäyttäytymisellään. On kuitenkin huomattava, että kaikki joukkoviestintä on sidoksissa taloudelliseen perustaan riippumatta siitä, pyrkiikö se itse taloudellisiin päämääriin vai ei. Edelleen kaikkeen joukkoviestintään sisältyy myös ideologioita aineksia, vaikka se ei olisikaan

välittömästi sitoutunut johonkin aatesuuntaan.

**joukkoviestintä: vastaanotto** Median kulutukseen liittyvät käytännöt, tavat ja arvostukset. Joukkoviestinnän vastaanotto on perusluonteeltaan sosiaalista ja toimii vakiintuneiden sosiaalisten käytäntöjen varassa. Vastaanotolla on myös omat yksilökohtaiset piirteensä. Sosiaalisuus ja yksilökohtaisuus näkyvät joukkoviestinnän vastaanoton ritualistisuudessa tai rutiininomaisuudessa, esimerkiksi monet avaavat aamulla radion tai katsovat illan myöhäis uutiset. Jotkut saattavat jopa kärsiä, jos eivät jostakin syystä pääse säännöllisesti seuraamaan mediaa. Rituaalifunktio liittyy osaltaan turvallisuushakuisuuteen, ja median häiriötöntä toimintaa pidetäänkin tärkeänä myös vaikeissa yhteiskunnallisissa oloissa. Vastaanottamiseen vaikuttaa myös joukkoviestinnän sosiaalisuus: media tarjoaa yhteisiä puheenaiheita ja siteitä yksilöiden välille, tavallaan mittapuut yksilöiden kansalaispätevyys (so. tärkeitä asioita koskevan tietämyksen) arvioimiseksi).

**journaali** Harvakseltaan ilmestyvä, jonkin erikoisalan aikakauslehti tai kirja.

**journalese** Journalistinen esitystapa tai tyyli, sanomalehtikieli.

**journalismi** Toimitustyön käytäntö eli toimituksissa tehtävä tai vapaiden toimittajien tekemä työ, joka on ajankohtaisina (ranskan sana "*jour*" viittaa "päivään", journaali "päiväkirjaan" ja journalismi eräänlaiseen "päiväkirjan pitämiseen yhteiskunnallisista tapahtumista") ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista (suunnittelua, valintaa, hankintaa ja muotoilua). Koska journalismi on usein elimellinen osa yksittäisen joukkoviestimen toimintaa, voidaan journalismiksi nähdä laajemmin myös journalististen toimintaedellytysten (taloudellisten tuotantoedellytysten) luominen yksittäiselle tiedotusvälineelle eli (journalistista tuotantoa koskeva ja painottava) kustannus- tai lähetystoiminta. Prosessinäkökulman ohella journalismiin kuuluvat myös tämän prosessin lopputuotokset eli journalistisen sisällön ja muodon yhteen sulautumat (tekstit, äänet, kuvat, videot näiden muodostamat kokonaisuudet sekä välineen yksittäiset numerot ja ohjelmakokonaisuudet). Journalismi on joukkoviestinnän yksi sisältölohko ja edellyttää sanomien välittämisessä teknistä joukkoviestintä kuten sanomalehteä, aikakauslehteä, radiota, televisiota. Väljästi nähtynä journalismiin voidaan lukea kuuluvaksi myös tietty osa kirjallisuutta, erityisesti ajankohtainen dokumentaarinen, faktapohjainen yhteiskunnallinen kirjallisuus, myös sellaisessa tapauksessa, jossa kirjoittaja ei ole varsinaisesti ammattijournalisti. Journalismin tehtävät on nähty pitkälti yhdenmukaisiksi joukkoviestinnän tehtävien kanssa: totuudenmukaisen ja olennaisen tiedon välitys, yhteiskunnan kriittinen tarkkailu ja yhteiskunnallisen vallankäytön valvonta sekä sananvapauden ja julkisen keskustelun edistäminen. Yhteiskunnallisena tekijänä journalismi voidaankin nähdä ympäröivän yhteiskunnan ja maailman tapahtumien ja kehityskulkujen tarkastelijaksi, kuvaajaksi, selittäjäksi ja arvioijaksi tekstin, kuvan ja äänen avulla pyrkimällä mahdollisimman hyvään todellisuuden kuvaukseen. Journalismia ovat muovanneet paitsi yhteiskunnalliset olot myös tekninen kehitys.

**journalismi: aihealueet** Journalismin organisatorisia toimintoja ja asioiden hahmottamista helpottava jako tehdä journalistista työtä ja vastaanottaa journalistisia tuotoksia. Myös yksittäisen journalistin erityisellä vastuulla oleva uutis- tai toimialue, joka voi olla maantieteellinen (aluetoimittaja), institutionaalinen (poliisi-oikeustoiminta) tai sisällöllinen (tiede). Laajasti määriteltynä erityisalueena voidaan pitää myös toimituksen eri osastoja (taloustoimitus, kulttuuritoimitus, urheilutoimitus, kaupunkitoimitus, poliittinen toimitus, kunnallistoimitus, ulkomaantoimitus), joiden voi nähdä työskentelevän omalla journalismin aluelohkollaan, tekevän esimerkiksi politiikan journalismia, talousjournalismia, urheilujournalismia ja kulttuurijournalismia. Journalismi voidaan jakaa näiden osastojen sisällä tai välillä vieläkin spesifimpiin osa-alueisiin kuten esimerkiksi ympäristöjournalismiin, tiedejournalismiin, rikosjournalismiin, oikeusjournalismiin ja kuluttajajournalismiin. Julkistetun aineiston hahmottamisen helpottamiseksi eri aluelohkoja käsittelevät jutut taitetaan usein omille sivuilleen tai varustetaan aihealuetta kuvaavilla tunnuksilla.

**journalismi: etiikka** Journalismin ja journalistisen kulttuurin sisällä vallitsevien moraalikysymysten, so. yleisten käsitysten oikeasta ja väärästä, järjestelmällinen tarkastelu ja pohdinta. Journalismin eettisiä kysymyksiä ovat esimerkiksi kerrottavien asioiden

todenmukaisuus, täsmällisyys, puolueettomuus ja tasapuolisuus, yksityisyyden kunnioittaminen, intressiristiriidat, journalismin vastuu yhteiskuntaa ja yleistä etua kohtaan sekä laillisuuden ja moraalisten arvojen kunnioittaminen. Journalismin etiikka on pitkälti yhdenmukaista kansallisen lainsäädännön ja kansallisten kulttuuriarvojen kanssa, vaikka poikkeuksiakin löytyy esimerkiksi niiden asioiden julkistamisessa, joissa yleinen etu ja yksityisyyden suoja ovat keskenään ristiriidassa. Journalismin etiikkaan liittyy myös kysymys median vastuusta yhteiskunnalle, vastaanottajille ja tietolähteille. On katsottu, että vaikka tiedonvälitys onkin periaatteessa vapaata, median on hyvä noudattaa yhteiskunnan normeja kuten painovapauslain, radiovastuulain ja rikoslain määräyksiä. Median vastuu vastaanottajille näkyy journalismin luotettavuutena, kuten vastuuna kerrottavien asioiden todenmukaisuudesta. Journalistiseen työprosessiin liittyviä eettisiä ongelmia ovat tiedonhankintaan ja julkistamiseen liittyvät seikat kuten journalistin käyttämät epätavanomaiset tiedonhankintamenetelmät ja muut poikkeukselliset toimintamallit, anonyymilähteet, yksityisyyden loukkaukset, journalistien toimintavapaus median sisällä, journalistien intressiristiriidat, asioiden subjektiivinen yksipuolinen ja vääristynyt esittäminen, kaksoisagenttipäätoimittajat (journalistisen ja taloudellisen vastuun keskittyminen samalle henkilölle viestintäyhteyksessä) sekä mainostaja-sidonnaisuuksien vaikutus journalismiin. Edelleen eettisiä kysymyksiä ovat julkisuuden hallinta, erilaiset varta vasten julkisuutta varten järjestetyt ks. mediatapahtumat ja pr-aineiston käyttäminen sekä yhteiskunnallisesti arkaluonteisten asioiden, kuten kansallista turvallisuutta ja terrorismia koskevien asioiden julkistaminen. Journalistien eettistä toimintaa ohjaavat ammattikunnan sisällä erityiset journalistiset *normilähteet*.

**journalismi: historiallinen journalismitutkimus** Journalistiikan historian tutkimuksellinen osa. Historiallisella journalismitutkimuksella voidaan nähdä suhteessa journalistiikkaan kolme tehtävää: välttämättömän historiallisen tosiasia-aineiston kerääminen erilaisten tulkintojen perustaksi, journalismin kulloisenkin kehitysvaiheen kytkeminen oman aikansa yhteiskunnan yleiseen tilanteeseen ja journalismin kehitystä koskevien yleisten teorioiden luominen. Journalismin historiasta on erotettava Suomessa melko tarkasti tutkitut eri viestintäinstituutioiden tarinat.

**journalismikritiikki** ks. mediakritiikki

**journalismin standardit** ks. journalismi: etiikka

**journalismin strategiset rituaalit** Tiedotustutkija Gaye Tuchmanin luokittelemat toimintamallit, joiden avulla journalistit pystyvät rakentamaan juttunsa niin, että ne vaikuttavat (näennäisesti) objektiivisilta. Rituaalien pohjalta journalistit myös kykenevät suojautumaan epäobjektiivisuuden syytöksiltä. Rituaalit ovat keskenään ristiriitaisten, toisistaan poikkeavien näkökantojen esittäminen tasapuolisesti ottamatta niihin kantaa (vaikutelma siitä, että lähteet ovat valittu kattavasti ja riittävän monipuolisesti), sisältöä tukevien faktojen valitseminen juttuun, niin että tosiasiat "puhuvat puolestaan" eikä toimittaja tosiasioiden puolesta, sitaattien käyttäminen, jolloin vastuu sanotusta jää lähteelle itselleen), vastaaminen jutussa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miten, miksi ja kuka, jolloin uutinen rakentuu helposti todistettavien faktojen varaan) sekä uutisten erottaminen välineen muusta aineistosta kuten pääkirjoituksista, kolumneista jaa kritiikistä (uutisten tuoreus ja luotettavuuden ominaisvaikutelma korostuvat).

**journalismin transparenssi** Käsite, jolla viitataan joukkoviestimien institutionaaliseen "läpinäkyvyyteen" ja median avoimuuteen sen omassa toiminnassa ja asemassa yleisesti ja yksittäistapauksissa. Transparenssi-vaatimus voidaan ulottaa myös itse journalistiseen työprosessiin, kuten toimitusten tekemisiin aihevalintoihin, harjoittamaan lähdekäytäntöihin sekä asioiden painotuksiin ja esitysmuotoihin.

**journalismitutkimus** ks. journalistiikka, tiedotustutkimus

**journalisti** Journalistista työtä tekevä toimittaja eli toimitusorganisaation jäsen tai toimituksen ulkopuolinen, journalistista aineistoa tuottava vapaa toimittaja. Journalisti voidaan nähdä ammatillisesti yleisnimikkeeksi kaikille journalistista työtä tekeville. Journalistin synonyymiksi usein puutteellisesti mielletyllä toimittajalla tarkoitetaan arkikielessä usein pelkästään kirjoittavaa journalistia (*reportteria*) erotukseksi esimerkiksi toimitustyöstä kokonaisuutena vastaavasta

päätoimittajasta ja journalistista aineistoa käsittelevästä toimitussihteeristä.

**journalistiikka** Journalismin tutkimukseen ja journalismin teoriaan keskittyvä tiedotustutkimuksen osa-alue, jonka mielenkiinnon kohteita ovat toimitustyön käytäntö, tavoitteet ja keinot, journalistin ammattirooli ja muut vastaavat kysymykset. Journalistiikka voidaan jakaa esimerkiksi seuraaviin osa-alueisiin: journalismin filosofiaan (journalismi tieto- ja totuusteorioiden näkökulmasta, todellisuuden heijastuksena jne.), journalistisen työprosessin ja sen tuotosten tutkimukseen (journalismi toimituksissa konstruoituna, sosiaalisena tai kulttuurisena artefaktina), historialliseen ja sosiologiseen journalismin tutkimukseen (journalismin synty ja kehitys ja toisaalta "sillan rakentaminen" journalismin mikromaailman ja koko yhteiskunnan makromaailman välille) ja journalismin yleisön ja vastaanottoprosessin tutkimukseen (journalististen tuotosten kulutus ja vastaanoton erot). Journalistiikalle on tyypillistä monitieteisyys. Sitä voidaankin tarkastella monesta, esimerkiksi taloustieteen, kirjallisuuden, historian, sosiologian näkökulmasta.

**journalistinen** Korkeatasoisen journalismin mukainen, journalismia toteuttava periaate, näkemys tai toimintamalli. Käytännön toimitustyössä on kuitenkin eriäviä käsityksiä siitä, millainen journalismi loppujen lopuksi on hyvää.

**journalistinen genre** Journalistinen lajityyppi, joka auttaa sekä yleisöä että juttua tekevää journalistia hahmottamaan erilaisia journalistisia, kullekin jutulle tai ohjelmalle soveltuvia ja ominaisia muotokielellisiä elementtejä. Genre on sekä median että sen yleisön tunnistettavissa oleva yksittäisen jutun tai ohjelman identiteetti, joka noudattaa tiettyjä konventioita ja joka on tietyssä suhteessa jutun tai ohjelman tarkoitukseen (tiedonvälitys, viihdyttäminen), muotoon (pituus, sijoitus, rakenne, kieli) ja merkitykseen (suhte todellisuuteen). Genre voidaan nähdä implisiittiseksi sopimukseksi sanoman lähettäjän ja vastaanottajan välillä eli signaaliksi siitä, mitä yleisö voi jutulta odottaa. Genret voidaan nähdä mediatekstien tuotantoa ja vastaanottoa säätelevinä tulkintakehyksinä, eräänlaisena sääntöjen ja odotusten järjestelmänä. Niiden avulla organisoidaan mediaesitysten myyntiä ja markkinointia. Genreille on journalistisessa kulttuurissa on määritelty omat tehtävänsä. Lehtijournalismissa juttutyypit on yleisesti jaettu *pääkirjoitukseksi*, jolla tarkoitetaan lehden institutionaalista kannanottoa yhteiskunnallisessa keskustelussa, *kolumniksi* eli usein omalla palstalla ja nimellä julkaistuksi persoonalliseksi kannanotoksi yhteiskunnallisessa keskustelussa, *arvosteluksi* eli persoonalliseksi puheenvuoroksi kulttuurikeskustelussa, *pakinaksi* eli huvittamaan tarkoitetuksi persoonalliseksi juttutyypiksi, *uutiseksi* eli neutraaliksi tarkoitetuksi ajankohtaiseksi, faktapohjaiseksi todellisuuden kuvaukseksi, uutisen tulkinnalliseksi osuudeksi eli *taustajutuksi* (*uutiskommentiksi*) ja monilähteiseksi *reportaasiksi*.

**journalistinen integriteetti** Journalismin "koskemattomuutta" korostavat eettiset ja ammatilliset periaatteet. Niiden mukaan toimittajan ei tule ottaa vastaan tehtävää, joka voisi vaikuttaa hänen asemaansa vapaana ja itsenäisenä journalistina eikä käyttää väärin asemaansa journalistina painostukseen tai hankkiakseen yksityisiä etuja.

**journalistinen kulttuuri** Journalismi sosiaalisena ilmiönä eli journalismin (usein kirjoittamattomat) arvot, päämäärät, normit ja käytännöt, jotka määrittävät ja määräävät journalismin sisältöä ja muotoa. Toisaalta myös säännöt, joihin journalistit sisäistetään ja joihin he sisäistyvät toimitustyössä. Journalistinen kulttuuri heijastuu vaihtelevalla tavalla yksittäisten toimitusorganisaatioiden yrityskulttuureissa, so. organisaatiossa vallitsevassa yhteisessä arvomaailmassa sekä organisaation perinteissä, myyteissä, symboleissa ja viestintäjärjestelmässä). Journalistinen kulttuuri vaihtelee jossain määrin mediatyypeittäin ja yksittäisten viestimien sisällä, koska välineen omistajalla ja tämän palveluksessa olevilla journalisteilla on journalistisesta kulttuurista jossain määrin vaihtelevia näkemyksiä (ns. kustantajajournalismi ja toimittajajournalismi). Kansallisella tasolla journalistista kulttuuria määrittävät historialliset ja poliittiset tekijät ja näiden muovaama journalistinen traditio.

**journalistinen lajityyppi** ks. journalistinen genre

**journalistinen organisaatio** ks. toimitus

**journalistinen professionalismismi** Journalistien ammatillisuuden tasoa kuvaava käsite. Lars Furhoffin mukaan journalistiselle professionismille on tyypillistä yleinen järjestelmällinen, kaikille ammatin harjoittajille yhteinen tieto, ammatin harjoittamisen suuntautuminen yhteiskunnan edun ja yleisön palvelemiseen (yleinen etu, toimiminen mahdollisimman riippumattomasti kaupallisista ja yleensä manipulatiivisista tavoitteista, ammattikunnan sisäinen itsekontrolli sekä työstä saatava tyydytys).

**journalistinen suuntaus** Journalismien osa-alue, jolle ovat tyypillistä tietynlaiset toimintamallit ja menettelytavat aihevalinnassa, tiedonhankinnassa, esitystavassa, joissa lisäksi korostuu journalistin suhde omaan työhön. Journalistisia suuntauksia ovat esimerkiksi tutkiva journalismi, *gonzo*-journalismi ja kansalaisjournalismi. Journalistisia suuntauksia ei saa sekoittaa journalistisiin genreihin tai journalismin aihealueisiin.

**journalistinen tieto** Journalistisen työprosessin raaka-aine ja (jalostettuna) myös lopputuotosten sisältö. Journalistinen tieto voidaan jakaa tosiasiatietoon, tulkintaan ja mielipiteeseen. Tosiasiatieto sisältää (todistettavissa olevia) faktoja esimerkiksi jostakin tapahtumasta. Tulkinta on tosiasiatietojen asettamista erilaisiin yhteyksiinsä kuten esimerkiksi tosiasioihin liittyvien syy- ja seuraussuhteiden selvittely. Mielipide sisältää faktoja, tulkintoja tai kokonaan muiden mielipiteitä koskevia arvioita ja kannanottoja. Mielipide voidaan erottaa toisaalta lähteen ja toisaalta toimittajan tai välineen mielipiteeksi. Muotonsa perusteella journalistinen tieto voidaan jakaa kirjalliseen (painettuun), auditiiviseen (kuultavaan) ja visuaaliseen (näköön perustavaan) tietoon.

**journalistinen totuus** Median julkistama tieto tai asioiden tila, joka pohjautuu journalistien (eri lähteistä) hankkimisiin ja tulkitsemiin tietoihin. Journalistisessa kulttuurissa journalistinen totuus erotetaan juridisesta ("täydestä") totuudesta, joka syntyy oikeudenkäynnin tuloksena. Media voikin kertoa kiusallisista, myös kunniaa loukkaavista asioista jossakin määrin virheellistä tietoa syyllistymättä rikokseen, jossa tietojen esittämiselle on riittäviä perusteita. Oikeudessa esiintuodulla näytöllä, "juridisella totuudella" voidaan kumota journalistinen totuus ilman että medialle aiheutuisi rangaistusseuraamuksia. Oikeuskäytännössä sananvapautta on perinteisesti tulkittu niin, että näytön raja on "väljempi" journalistisessa totuudessa ("riittävä näyttö", ts. kuinka asioiden voi perustellusti olettaa olevan journalistien kerääminen tietojen pohjalta) kuin juridisessa totuudessa ("täysi näyttö", ts. millaiseen juridiseen näyttöön jonkin asian todenmukaisuus ja siitä annettava tuomio perustuu).

**journalistinen työprosessi** Toimitustyön eri vaiheita jäsentävä ja peräkkäinen (usein ideaalinen) prosessimalli. Työprosessiin kuuluvat aiheen valinta, tiedonhankinta, tietojen jäsentäminen ja jutun kirjoittaminen ja kriittinen tarkastelu ennen jutun julkaisemista (tai mahdollisesti myös julkaisematta jättämistä). Käytännössä journalistinen työprosessi ei useinkaan ole peräkkäinen, vaan sen eri vaiheet vuorottelevat. Käytännön työssä ohjaavan mallin voi nähdä olevan sisään rakennettu journalistien tajuntaan. Journalistikoulutuksessa mallin avulla pyritään ennen kaikkea tehostamaan journalististen käytäntöjen omaksumista.

**journalistinen vapaus** Sananvapauden ilmeneminen toimituksissa sisäistettynä asiana, journalistin henkilökohtainen vapaus toteuttaa työssään journalistisia perusteita erilaisesta painostuksesta huolimatta. Viestintäyritysten omistajat ja toimitusten esimiehet voivat rajoittaa alaistensa mahdollisuuksia tehdä journalistista työtä näiden oikeaksi katsomaan, journalistisen kulttuurin yleisesti hyväksymään tapaan. Journalistiseen toimintavapauteen kohdistuvat uhat ovat usein erilaisia ulkoisen ja sisäisen painostuksen yhdistelmiä, joissa painostus kohdistuu ensin esimieheen, joka puolestaan antaa tämän pohjalta määräyksiä alaisilleen. Toimitusten ulkopuolinen ja organisaation sisältä tuleva painostus voidaan jakaa yllyttävään ja kieltävään. Journalistia voidaan painostaa tekemään juttua jostakin kohteelleen myönteisestä aiheesta tai estämään kohteelleen kielteisen jutun tekemistä. Tilanne on ongelmallista nimenomaan tilanteessa, jossa painostus ei ole journalistisesti perusteltua. Pertti Hemánuksen tutkimuksen mukaan suuren osan journalistisen vapauden rajoituksista selittää tiedostettu itsesensuuri, jonka pohjalta joitakin aiheita on jätetty tarjoamatta, joitakin juttuja tekemättä tai joidenkin juttujen käsittelytapaa on rajoitettu. Tiedostamattoman itsesensuuri merkitys on paljon vaikeammin selvitettävä asia. Journalistinen itsesensuuri voi olla legitiimiä tai ei-legitiimiä. Edellinen viittaa sosiaalistumisen tuloksena syntyneeseen itsekontrolliin, joka estää journalistia



tekemästä perättömiä uutisia, käyttämästä journalismia henkilökohtaisen vallankäytön välineenä tai ottamasta juttujensa sisältöön vaikuttavia lahjuksia. Ei-legitiimi itesesensuuri merkitsee tinkimistä omista ja samalla journalistiseen kulttuuriin sisältyvistä arvoista ja normista. Journalisti voi esimerkiksi pitäytyä tarjoamasta tai tekemästä juttuja, joiden hän ei usko miellyttävän omaa työnantajansa ja välineen läheisiä sidosryhmiä.

**journalistiset lähdekoodit** Journalistinen esityskäytäntö erilaisten henkilölähteiden siteeraamiseksi, erityisesti tutkivalle journalismille tyypillisessä tilanteessa, jossa halutaan suojella arkaluonteisten tietojen kertojan yksityisyyttä. *Vapaa siteeraus (on the record)* merkitsee, että haastattelussa voidaan siteerata suoraan kaikki, myös lähde. *Taustatieto (on background)* tarkoittaa toimittajan mahdollisuutta hyödyntää saamaansa tietoa jossakin muussa yhteydessä. *Not for attribution* sallii tiedon kertomisen, mutta ei lähteen nimen tai aseman julkistamista, koska tämä ei puhu useinkaan omissa nimissään, vaan edustaa esimerkiksi "hallituslähdeä", "viranomaislähdeä" tai "silminnäkijää". *Syvä taustatieto (deep background)* kieltää minkään tunnistettavan lähteen mainitsemisen, jolloin lähdeviittaus voidaan kiertää esimerkiksi "tietävästi"-ilmauksella. *Ei julkisuuteen (off the record)* merkitsee ennakoivaa taustatietoa, jota ei ole lupa julkistaa, vaan joka on tarkoitettu vain toimittajan tiedoksi mahdollista tulevaa käyttöä varten ja mahdollisten tulevien käänteiden ymmärtämiseksi. *Not be used from this source* tarkoittaa tiedon kertomista vain jos se voidaan varmistaa jostakin muusta lähteestä. *For this story only* tarkoittaa, että tietoa voidaan käyttää vain kyseessä olevassa jutussa.

**journalistiset lähteet** Journalistisen tiedon alkuperä sekä keino tämän tiedon hankkimiseksi ja todenmukaisuuden varmistamiseksi. Journalistiset lähteet on perinteisesti jaettu dokumenttilähteisiin, henkilölähteisiin ja havainnointiin perustuvaan lähdekäytäntöön (tilannelähteisiin). Dokumenttilähteitä ovat kirjalliset lähteet (asiakirjat, esityslistat, sopimukset), atk-pohjaiset lähteet, esineelliset lähteet ja muut joukkoviestimet. Henkilölähteitä ovat anonyymeinä käytettävät tai nimellä siteerattavat poliittisen, taloudellisen ja kulttuurisen vallan käyttäjät, tapahtuman tai käsiteltävän asian asianomaiset, asiantuntijat, tavalliset kadunmiehet ja kollegat. Tietojen keräämisen kohteena olevaa ulkomaailmaa väljästi tulkiten voidaan henkilölähteeksi katsoa myös juttua tekevä journalisti itse. Tilannelähteitä ovat erilaiset haastattelu- tai paneelitalanteet, julkiset kokoontumiset, spontaanit tilanteet sekä luonnon olot ja kulttuuriympäristöt. Tilannelähtekin voi olla anonyymi tai jutussa tunnistettava. Lähdekäytäntöä koskevaa journalismieettistä keskustelua ovat synnyttäneet etenkin tutkivassa journalismissa käytettävät epätavanomaiset tiedonhankintamenetelmät kuten journalistien käyttämä valehenkilöllisyys ja muunlainen salahavainnointi (salakuvaus, -katselu, -kuuntelu tai -nauhoitus), haastattelutilanteiden manipulointi ja haastateltavien harhauttaminen, tiedoista maksaminen ja kirjallisten dokumenttien hankkiminen laittomin tai epäeettisin keinoin.

**journalistiset normilähteet** Journalistien ammattikunnan kehittämät, journalistisen kulttuurin määrittämien arvojen, päämäärien, normien ja käytäntöjen sääntökokoelmat eli normistot. Painetun viestinnän puolella näitä ovat Suomessa Journalistin ohjeet ja sähköisen joukkoviestinnän puolella velvoittava *Ohjelmatoiminnan säännöstö*. Normeilla painotetaan ilmaisu- ja arvosteluvapauden merkitystä ja journalistien riippumattomuutta, mutta tähdennetään toisaalta myös heidän vastuutaan. Ohjeissa painotetaan journalistin puolueettomuutta, lähteiden luotettavuutta, oikeiden ja todenmukaisten tietojen välittämistä, asiatietojen tarkistamista, tosiasioiden ja mielipiteiden erottamista toisistaan, yksilön oikeuksia ja tasapuolisuutta asioiden esittämisessä. OTS antaa lisäksi ohjelmassa haastatellulle henkilölle mahdollisuuden kieltää (varsinkin ei-uutismaisissa ohjelmissa) oman haastatteluosuuden esittäminen, jos hänen sanomansa ovat ohjelman teknisen valmistumisen johdosta muuttuneet asiasisällöltään (esimerkiksi arkistomateriaalia tai muut ohjelmallista aineistoa on käytetty sellaisessa uudessa yhteydessä, johon haastateltava ei ollut haastattelutilanteessa voinut varautua). Oleellinen osa journalistisen toiminnan normistoa on hyvä journalistinen tapa, jota vaalii tiedotusalan eräänlainen sisäinen itesesätelyelin, *Julkisen sanan neuvosto*.

**j-school (journalism-)** Toimittajakoulu tai -koulutus.

**JSN** ks. Julkisen sanan neuvosto

**juliste** Yleensä julkiselle paikalle sijoitettava, tyyliään iskevä kuvallinen painotuote, jonka sanoma on myyvä, tiedottava tai aatteellinen (esimerkiksi vaalijuliste).

**julkaiseminen** Teoksen saattaminen levitykseen ja vapaan vaihdannan piiriin. Julkaiseminen edellyttää teoksen julkistamista.

**julkaisija** Kustannustoimintaa harjoittava yritys tai muu organisaatio, jonka päämääränä on painattaa eli saattaa lehti, kirja tai muu kirjallinen esitys julkisuuteen omilla tunnuksillaan vaikka painamisen, jakelun tai markkinoinnin kustannuksista huolehtisi erillinen kustantaja.

**julkaisu** 1) Julkisuuteen yleisön saataville toimitettu kirjallinen tuote, kirja, lehti tai muu painotuote. 2) Monistamalla valmistettu teksti-, ääni- tai kuvatallenne tai tietolevy. julkaisujärjestelmä 3) Ohjelmistoratkaisu vakimuotoisen verkkopalvelun sisällön toimittamiseksi ja hallinnoimiseksi.

**julkaisutoiminta** Julkaisujen ja muiden verkkoviestien kuin ohjelmien toimittaminen yleisön saataville.

**julkaisuvapaa** ks. sulkuaika

**julkinen teema** ks. teema

**julkinen tila** Mediajulkisuuden luoma virtuaalinen tila, jossa kamppailevat erilaiset puheenvuorot, eräänlainen "diskursiivinen viidakko".

**julkisen palvelun tehtävä** Muodollisesti Yleisradiolle asetettu ohjelmatoimintaa koskeva velvoite pienille osayleisöille (vähemmistöille) tarkoitettujen ohjelmien välittämisestä vastapainona ns. markkinalähtöiselle viestinnälle. Julkisen palvelun toimintaan kuuluvat mm. uutiset, yleisötiedotukset, dokumentit ja erilaisista tapahtumista välitettävät ohjelmat.

**Julkisen sanan neuvosto** Hyvää journalistista tapaa vaaliva ja eettisiä normeja tulkitseva suomalaisen median itsesääätelyelin. JSN on luonteeltaan epävirallinen, vapaaehtoinen, alan sisäinen ja julkisesta vallasta riippumaton median "omatunto". Se on vaihtoehto oikeusprosessille ja eräänlainen suuren yleisön "varaventiili", joka pyrkii lisäämään median vastuuta ja yleistä media kohtaan tuntemaa luottamusta. JSN ottaa kokouksissaan kantaa yleisöltä tuleviin kanteluihin arvioimalla tietojen hankkimista ja julkistamista, yksilön suojaa, piilomainontaa, tiedottamisen vapautta sekä oikaisujen ja vastineiden tarpeellisuutta. Sitä vastoin JSN ei ota kantaa mielipiteisiin. JSN:n toimikausi on kolmivuotinen ja neuvostossa (puheenjohtaja ja 15 jäsentä) ovat mukana yhtä suurella edustajamäärällä toimittajajärjestöjen, julkaisijayhteisöjen ja yleisön edustajat. Suomen ohella monessa muussa maassa on vastaavanlaisia vapaaehtoisella pohjalla toimivia joukkoviestintää arvioivia foorumeja kuten lehdistöneuvostoja.

**julkiso** Keskustelevista kansalaisista koostuva median käyttäjäkunta. Veikko Pietilän ja Seija Ridellin lanseeraama suomenkielinen vastine *public*-käsitteelle, jolla on perinteistä *audience*-pohjaista yleisöä toiminnallisempi ja poliittisesti aktiivisempi rooli.

**julkissfääri** Yhteiskunnan se osa, jonka kanssa joku yksittäinen henkilö on tekemisissä. Ihmiset, jotka ko. henkilö tunnistaa ja jotka tunnistavat ko. henkilön.

**julkissuhteet** ks. yhteiskuntasuhteet

**julkistaminen** 1) Teoksen saattaminen ennalta rajaamattoman yleisön saataville esittämällä, näyttämällä tai levittämällä teoksen kappale yleisölle. 2) Suhdetoiminnan osa, jonka avulla organisaatio pyrkii saamaan itselleen, tuotteelleen, palvelulleen tai henkilöstölleen laajaa ja maksutonta mediajulkisuutta. Mainontaan verrattuna julkistamisen etuina ovat alhaiset kustannukset ja sanoman korkeampi luotettavuusarvo. Vastaavasti ongelmina ovat sanoman toimituksellisesta käsittelystä johtuva sisällön hallitsemattomuus ja julkistamisen

kertaluonteisuus.

**julkistamismalli** Yksisuuntainen viestintämalli, jossa organisaatiot tavoittelevat suotuisaa julkisuutta erityisesti mediassa.

**julkisuudenhallinta** Organisaation tai yksilön pyrkimys vaikuttaa omaan esiintymisensä julkisuudessa (julkisuuskuvaansa) siten, että sen asettama tavoitekuva toteutuisi mahdollisimman hyvin. Yhtäältä tavoitteena on saada myönteistä mediajulkisuutta ja toisaalta välttyä kielteiseltä tai selvitä siitä mahdollisimman vähäisin mainevaurioin. Julkisuuden hallintaa voidaan toteuttaa perinteisen pr-toiminnan keinoin tai painostamalla esimerkiksi taloudellisesti tai poliittisesti mediaa tiettyihin aihevalintoihin, näkökulmiin, lähdekäytäntöihin tai julkistamismuotoihin. Myönteisen mediajulkisuuden arvo on paitsi maksuttomuudessa (verrattuna mainonnan hintoihin), ennen kaikkea siinä, että journalistista aineistoa pidetään jo lähtökohdiltaan mainontaa luotettavampana. Liiketaloudellisesti ja kiireisessä aikataulussa toimivien joukkoviestimien kannalta tällaisen käytännön tekee houkuttelevaksi erityisesti pr-pohjaisen informaation maksuttomuus.

**julkisuuden henkilö** Mediajulkisuuteen äskettäin päässyt tai siellä pidempään ollut henkilö, jonka toimintoista mediayleisö on kiinnostunut. Julkisuuden henkilön yksityisyydensuoja on "tavallista ihmistä" matalampi, ja hän saattaa joutua oikeutetusti myös kielteisen mediakäsittelyn kohteeksi.

**julkisuus** 1) Demokraattiseen yhteiskuntaan ja päätöksentekoon kuuluva periaate tietojen (kuten esimerkiksi asiakirjojen) yleisestä saatavuudesta. Suomessa julkisuusperiaate toteutuu käytännössä yleisjulkisuutena (asioiden käsittelyn julkisuutena ja asiakirja- eli tallennejulkisuutena). Julkisuus voi toteutua myös viranomaisen tiedottamisvelvollisuutena. Pääsääntöisesti yleiset asiat ovat Suomessa julkisia, paitsi niissä poikkeustapauksissa, joissa ne erikseen on säädetty pidettäväksi salassa (salaiset asiakirjat) tai luvanvaraisesti julkisiksi (valmisteluasiakirjat). Yksityiset (liike-elämää koskevat) asiat ovat niin julkisia tai salaisia kuin yksityinen taho itse haluaa, paitsi niissä poikkeustapauksissa, joista on erikseen säädetty tiedonantovelvollisuus viranomaisille. Yleensä elinkeinoelämällä on julkista sektoria voimakkaampi pyrkimys oman julkisuutensa säännöstelemiseen mm. liikesalaisuuksien perusteella. Yksittäistä yritystä tai organisaatiota koskevaan julkisuuden määrän ja laatuun vaikuttavat merkittävästi yrityksen tai organisaation oma ks. tiedotuspolitiikka ja yrityskohtainen julkisuuden tarve (varsinkin kotimaan markkinoilla). 2) Julkiseksi tuleminen, uutisarvoiseksi katsotun tiedon sisällyttäminen tai saaminen median tarjontaan. Esimerkiksi yksittäisen henkilön kohdalla kysymys voi olla joko pääsemisestä (myönteinen julkisuus) tai joutumisesta (kielteinen julkisuus) uutisoinnin kohteeksi. Mediajulkisuudella tarkoitetaan joukkoviestinnän "sisäisiä" julkisuuden rakentamismekanismia ja esittämistapoja. Luonteeltaan mediajulkisuus (yleisesti journalismin tavoin) on paitsi autonomista myös arvaamatonta. Vaikka joukkoviestimet ovatkin mieluisa liittolainen julkisuutta tarvitseville ja sen avulla uraa luoville, mediajulkisuuden kohteet eivät voi juuri kuitenkaan määrittellä julkisuutensa rajoja tai luonnetta. Mediajulkisuuden yhteiskunnallista merkitystä on lisännyt se, että ihmiset saavat asioista tietoa nimenomaan median kautta. 3) Julkisuus tilana tai alueena. Journalistisessa mielessä julkisuus käsitetään usein salailun vastakohtaksi, millä viitataan joukkoviestimien mahdollisuuteen toimia asioiden julkistamisen kautta demokratian valvojana. Toisaalta joukkoviestimien ulkopuolisten toimijoiden näkökulmasta julkisuus voidaan nähdä voimakkaaksi yhteiskunnalliseksi vaikutuskanavaksi omien intressien edistämiseksi.

**julkisuushaitta** ks. mediaoikeus

**julkisuuskampanja** ks. viestintäkampanja

**julkaisukielto** ks. sulkuaika

**julkaisuoikeus** ks. esitysoikeus

**julkisuuskulttuuri** ks. julkisuus

**julkisuusmies** Kutsumanimitys suhdetoiminnan ammattilaisesta.

**julkisuuspeleli** ks. mediapeli

**julkisuusstrategia** Organisaation luomat päälinjat siitä, miten se pyrkii päämääränsä eli tavoitteelliseen julkisuuskuvaansa.

**julkisuusperiaate** ks. julkisuus

**julkisuusstrategia** Organisaation tavoitteellinen toimintatapa julkisuuteen hakeutumisessa sekä suhteessa mediaan ja journalisteihin. Julkisuusstrategia voi olla aktiivista, proaktiivista, reaktiivista tai passiivista. *Aktiivisen strategian* mukaisesti medialle tarjotaan oma-aloitteisesti uutisia ja juttuideoita. *Proaktiivisen strategian* mukaisesti organisaatio kertoo ennakoivasti omasta toiminnastaan ja myös kielteisiä tietoja sekä sääntelee julkista näkymistään. *Reaktiivisen strategian* mukaan organisaatio on yhteistyössä median kanssa kun media sitä pyytää. *Passiivista julkisuusstrategia* noudattava organisaatio ei hakeudu julkisuuteen, eikä julkisuustoiminnalla ole mitään linjaa.

**julkisuustaktiikka** Keinot tai toimintamalli sille, miten tai millä tavoin organisaatio sitoo omia resurssejaan tavoitteellisen julkisuuskuvaansa saavuttamiseen.

**julkisuustarve** Organisaation arvio tai oletus siitä että se näkee itsellään tarvetta julkiseen esiintymisen.

**julkisuustavoite** Organisaation omakohtainen pohdinta tai strategia siitä, miten se voi tyydyttää omaa julkisuustarvettaan.

**julkkis** ks. julkisuuden henkilö

**julkkisjournalismi** Julkisuuden henkilöistä kiinnostunut ja heidän toimistaan ja yksityiselämästään raportoiva journalismi.

**jump the shark** ks. hain hyppy

**junction** Ajankohta radio- tai tv-ohjelman päättymiselle ennen seuraavan ohjelman alkamista.

**juoksutaitto** ks. taitto

**juontaja** Etenkin lähetysvirtatoimintaan liittyviä ohjelmajaksoja "kuuluttava" radio- tai tv-toimittaja, jonka tehtävänä on rytmittää ohjelmaosuuttaan itse ajettaville jingleillä, ohjelmilla ja musiikkivalinnoilla. Myös radiossa ja tv:ssä sarjaluonteisten sekä viihdeohjelmien esittelijä.

**juonto** ks. spiikki

**juttu** Yleisnimitys kaikille journalistisille tuotoksille tai esityksille. Juttu on perusluonteeltaan sisällön ja muodon sulautuma, jossa oleellista ovat pelkistäminen, kielellistäminen ja dramatisointi (jännitteen luominen). Jutulla on alunperin viitattu lehtijuttuun, mutta nykyään se voidaan nähdä myös yksittäisen radio- tai tv-ohjelman vastineena. Jutun osat ovat jutun nimi eli otsikko, ingressi eli jutun alkuun sijoitettu ydin tai johdantoteksti, varsinainen leipätekstimäinen jutturunko ja väliotsikot. Kuvalliseen juttuun kuuluvat lisäksi kuvat ja kuvatekstit. Sähköisissä välineissä ingressiä vastaa juonto ja varsinaista juttua raportti ja mahdollinen jälkijuonto. Jutut voidaan jakaa sisältönsä puolesta esimerkiksi *ennakkojuttuihin* (uutismainen selostus jostakin tiedossa olevasta tulevasta tapahtumasta kuten poliittisesta vierailusta, laajemmasta urheilutapahtumasta tai merkittävästä infosta), *jatkojuttuihin* (jo uutisoidun tapahtuman "uudelleenlämmittely" etsimällä sille uudenlaista tarkastelukulmaa tai seuraamalla tapahtuman etenemistä ja käsittelyä), *taustajuttuihin* (tapahtuman historian kertominen tai tulkinta tapahtuman seurauksista) ja *vinkekijuttuihin* (viittaus lehdessä olevaan juttuun tai sen tiivistelmä).

**juttu: esitysmuoto** Jutun viimeistelyvaiheessa konkretisoituvat asioiden esittämistapa. Esitysmuodot voidaan jakaa kuvaukseen (jutun kohteena olevan asian selostaminen ja kuvailu), referointiin (suullisesta tai kirjallisesta lähteestä kootun aineksen esittely) ja lainaukseen (suora siteeraus dokumentista tai henkilön lausumasta). Sähköisessä tiedonvälityksessä voidaan erottaa erikseen selostus, suora selostus ja tiedonhankinnan ohella myös omaksi esitystyyppiksi nähtävä haastattelu, jossa ohjelma koostuu haastateltavan ja toimittajan välisestä vuoropuhelusta.

**juttuhierarkia** Toimituksen tekemät valinnat sille, miten erilaiset jutut lehdessä painottuvat ja sijaitsevat suhteessa toisiinsa.

**juttukärki** ks. ingressi

**juturekisteri** ks. vinkkilaatikko

**juttusarja** Kahden tai useamman peräkkäisessä järjestyksessä julkaistavan, samaa aihepiiriä käsittelevän jutun kokonaisuus.

**juttutyyppejä** ks. journalistinen genre

**juttu: visualisointi** Jutun kuvallinen havainnollistamis- ja elävöittämismenetelmä. Kuva voi näyttää tapahtuman, ympäristön tai olosuhteet, kertoa yksityiskohtia, luoda tunnelmaa ja mielikuvia sekä näyttää pysäytettynä myös sellaista, mitä ihmissilmä ei pystyisi luonnossa erottamaan. Kuva voidaan jakaa *still*-kuvaksi (valokuva, dia), liikkuvaksi kuvaksi (filmi, video) sekä graafiksi.

**järjestelmäintegraatio** Tekninen työväline, jonka avulla eri tarkoituksiin käytettävissä tietojärjestelmissä olevaa informaatiota voidaan julkaista verkkopalvelussa.

**jälki-ilmoitus** Musiikkikappaleen nimeäminen radio-ohjelmassa vasta sen esittämisen jälkeen.

**jälkijuonto** Tv-ohjelmassa inserttiä seuraava ankkurin repliikki, jolla viitataan johonkin insertissä esitettyyn asiaan tai tietoon ennen ohjelman päättymistä tai seuraavaa inserttiä.

**jälkipainos** Luvaton, tekijänoikeuden vastainen uusintapainos toisen painotuotteesta.

**jälkiperäisteos** Teos, joka on luotu alkuperäistä teosta muuntelemalla ja sen perusteella esimerkiksi yhdistelemällä teoksia tai teoksen osia (kokoomateos) tai kääntämällä teos toiselle kielelle.

**jälkirivi** Alaotsikko, alarivi

**järjestetty valokuva** Johonkin ajankohtaiseen uutisaiheeseen liittyvä lehti- ja tv-kuvaajille järjestetty houkutteleva kuvaustilanne, jossa kuvaajat voivat toimia enemmän tai vähemmän itsenäisesti. Tällaisia *photo opportunity*-tilanteita ovat esimerkiksi korkeatasoiset kansainväliset vierailut tai kongressit. Järjestetty valokuva on historiallisesti ollut poliitikkojen ja vallanpitäjien keino luoda itsestään inhimillistä kuvaa ja välittää haluamansa vaikutelma kannattajilleen tai alamaisilleen. Termin otti ensimmäisenä käyttöön Yhdysvaltain presidentin Richard Nixonin lehdistöavustaja Ron Ziegler ja siitä tuli ennen pitkää Valkoisen talon vallitseva julkisuuskäytäntö.

**järjestöllinen valvontamalli** ks. joukkoviestintä: valvontamallit

**jättiläisotsikko** Sivun laidasta laitaa ulottuva pääotsikko.

**jättöaika** Ajankohta, jolloin ilmoitusaineisto on viimeistään toimitettava lehteen, jotta ilmoitus voidaan valmistaa ja julkaista määrättyinä päivinä ilmestyvässä numerossa.

