

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2019

Salli Koivunen

MITÄ PÄÄTOIMITTAJA HALUAA

– Sanomalehtien päätoimittajien toiveita
tulevaisuuden journalistien osaamisesta

Salli Koivunen

MITÄ PÄÄTOIMITTAJA HALUAA

– Sanomalehtien päätoimittajien toiveita tulevaisuuden journalistien osaamisesta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä sanomalehtialan esimiehet odottavat tulevaisuudelta. Opinnäytetyössä viiden alueellisesti merkittävän sanomalehden päätoimittajat kertoivat omia näkemyksiään siitä, miltä toimituksissa näyttää tulevaisuudessa ja millaisia tekijöitä suomalainen journalismi silloin tarvitsee. Työ käsittelee myös 1990-luvulla käynnistynyttä median maailmanlaajuista digitaalista murrosta ja sen aiheuttamia muutoksia alaan Suomessa 2010-luvun aikana.

Opinnäytetyön empiirinen aineisto koostuu päätoimittajien haastatteluista. Päätoimittajat kertoivat toivovansa vastavalmistuneiden toimittajien olevan journalismin alan moniosaajia. He myönsivät, että vaatimustaso toimittajien osaamisesta on noussut valtavasti vuosien varrella. Toimittajilta odotetaan erinomaista ilmaisun taitoa, mutta myös korkeita teknisiä valmiuksia.

Opinnäytetyöhön valikoitui sanomalehtiä, joiden toimitusosastot ovat käyneet läpi lukuisia irtisanomisiin johtaneita yhteistoimintaneuvotteluja 2010-luvun aikana. Vaikka alan työllisyysluvut ovat synkkiä, päätoimittajien mielestä tilanne ei ole vastavalmistuneiden toimittajien näkökulmasta toivoton. He totesivat, että lahjakkaille, alati kehittymishaluisille tekijöille löytyy paikka toimituksen riveistä, vaikka työntekijöiden määrä vähenee.

Päätoimittajat kertoivat haastatteluissa näkemyksiään siitä, miten media-ala tulee kehittymään tulevina vuosina ja miten teknologian kehitys tulee vaikuttamaan siihen. He pitivät erittäin todennäköisenä, että lehtien lukijoilleen tarjoamat palvelut verkossa tulevat laajentumaan entisestään. Päätoimittajat uskovat, että tekoälyn rooli suomalaisten sanomalehtien toimituksissa tulee kasvamaan, mutta he suhtautuivat skeptisesti siihen, että robotiikalla voisi korvata ihmisen työpanoksen.

ASIASANAT:

Journalismi, toimittajat, media-ala, sanomalehdet, median murros

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

Spring 2019 | 30 pages

Salli Koivunen

WHAT EDITOR-IN-CHIEF WANTS

– Editorial directors' hopes about the skills of future journalists

The aim of this thesis was to figure out the expectations that the superiors of the newspaper industry have for the future. In this thesis the editorial directors of five regionally significant Finnish newspapers told about their thoughts for the future: how working in newsrooms will change and what kind of journalists will be required. The thesis also sums up the global and digital media intrusion that started in the 1990's. The thesis disclosed the changes the intrusion has brought to the industry in Finland during the past ten years.

The thesis was realized by interviewing the five editor-in-chiefs. They hope the newly graduated journalists to be true multit talents in the field of journalism. They admitted that the requirements for journalists have truly increased in the past years. They expect reporters to have excellent skills in expression but also high technical skills.

The newspapers in case have gone through many co-operation negotiations that have ended in multiple terminations of journalists. Even though the employment statistics of the media industry are glum, the interviewees think there is hope. They believe that there is always a place for talented young journalists that are eager to learn and grow, even if the number of workers decreases.

The editors told how they think the media industry will change in the next few years and how the evolution of technology will affect it. They thought it is highly possible for online journalism to expand even more. They also believe that the role of artificial intelligence in media will grow in the future. They still feel skeptical about it actually displacing human journalists.

KEYWORDS:

Journalism, reporters, media, newspapers, media intrusion

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 MEDIA-ALAN MURROS	7
2.1 Muuttunut toimitusarki	8
2.2 Uusia mahdollisuuksia ja haasteita	9
3 ODOTETTU OSAAMINEN	12
3.1 Journalistinen osaaminen	13
3.2 Tekninen osaaminen	16
4 ALALLE ASTUMINEN	18
4.1 Jalka toimitusosaston oven väliin	18
4.2 Rekrytointitarpeet tulevaisuudessa	20
5 TULEVAISUUS TOIMITUKSISSA	22
5.1 Tulevaisuudennäkymät sanomalehtien toimituksissa	23
5.2 Tulevaisuuden teknologiat	25
6 LOPUKSI	26
LÄHTEET	29

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee suomalaisten sanomalehtien päätoimittajien toiveita ja odotuksia alalle astuvien uusien journalistien ammattitaidosta ja työskentelyvalmiuksista. Opinnäytetyössäni selvitän puolistrukturoitujen teemahaastattelujen myötä viiden päätoimittajan näkemyksiä heidän johtamiensa sanomalehtien toimitusarjen muutoksista viime vuosien aikana.

Opinnäytetyöhön valituissa sanomalehdissä on toteutettu useita irtisanomisiin johtaneita yhteistoimintaneuvotteluja viime vuosina. Työhön valitut sanomalehdet ovat alueellisesti merkittäviä uutismedioita, joilla on pitkä historia. Niillä on vahva side maakuntansa asukkaisiin ja pitkäaikainen side lukijoihinsa. Työni selvittää, miten toimituksellinen työ on muuttunut median murroksen myötä viime vuosina, millaisia odotuksia päätoimittajilla on tulevaisuutta ja tulevaisuuden tekijöitä kohtaan sekä mihin suuntaan sanomalehtien toimitusten rekrytointitarpeet näyttävät kehittyvän. Lisäksi työ selvittää, millä tavoin uusia digitaalisia ja reaaliaikaisia mahdollisuuksia on hyödynnetty toimituksissa.

Opinnäytetyöhön valikoituneet sanomalehdet ovat Lännen Median yhteistoimituksen osakkaita. Päätoimittajat kertovat työssä omia, henkilökohtaisia näkemyksiään nimettöminä.¹ Kaikki viisi päätoimittajaa eivät vaatineet vastauksilleen anonymiteettiä, mutta koska osa heistä sitä pyysi, päädyin täysin anonymiin ratkaisuun työn eheyden vahvistamiseksi.

Opinnäytetyöni sivuaa media-alan murrosta. Ala on ollut murroksessa 1990-luvun taantumasta asti. Useat alalle tänä päivänä saapuvat ovat eläneet koko elämänsä murroksen aikaa, eivätkä välttämättä edes muista aikaa ilman päätelaitteita. Haastatteleman pitkälinjan kokeneet päätoimittajat muistavat kuitenkin ajan ennen digitalisaatiota.

Työ selvittää, millaisia valmiuksia tulevaisuuden toimittajilta odotetaan nyt, kun lehtien ansaintaperusteet ovat muuttumassa ja työskentelytavat kehittymässä koko ajan. Metodologiaani kuului haastatteluiden ja kirjallisen aineiston lisäksi työpaikkailmoitusten läpikäynti. Kävin läpi Journalistiliiton ammattilehti Journalistissa julkaistut alan työpaikkailmoitukset kahden vuoden ajalta. Lisäksi päätoimittajat kertovat, minkälaista osaamista he odottavat uusilta toimittajilta ja millaisia työelämätaitoja journalismin alan muuttuvassa maailmassa kaivataan. Päätoimittajat sivuavat myös sitä, millaisia kehit-

¹ Päätoimittajat esiintyvät työssä pseudonyymeillä päätoimittaja A, B, C, D ja E.

tämiskohteita he ovat havainneet tuoreiden journalistien osaamisessa ja miten toivoisivat alan oppilaitosten puuttuvan niihin. Päätoimittajat kertovat, miten heidän johtamaansa sanomalehteen yleensä työllistytään ja millaiset työllistymisen näkymät alalla tällä hetkellä on. Onko vastavalmistuneen toimittajan turha haaveilla vakituisesta työpaikasta ja vakaasta arjesta ja onko tulevaisuus freelancer-journalisteissa ja pätkätöissä?

Vaikka sanomalehtien on arvioitu kärsivän median murroksesta erityisesti taloudellisesti, on useimmilla sanomalehdillä laajempi yleisö kuin koskaan, kun sekä painetun että verkkotuotteen lukijat huomioidaan. Päätoimittajat kertovat, minkälaisia odotuksia heillä on tulevaisuuden suhteen, miten he uskovat työskentelytapojen, journalististen julkaisujen ja kuluttajien roolin muuttuvan tulevaisuudessa. Saapuvatko toimittajarobotit sanomalehtien toimituksiin ja vähentävät väkeä entisestään?

Haluan opinnäytetyössäni kertoa, millaisin työkaluin ja toimin päätoimittajat siivittävät alueellisesti merkittävät sanomalehtensä 2020-luvulle ja siitä eteenpäin.

2 MEDIA-ALAN MURROS

Tässä opinnäytetyössä median murroksella viitataan toimialan muutokseen ja alan perusoletusten kyseenalaistamiseen uusien välineiden myötä. Kaikki uudet välineet, aikoinaan myös radio ja televisio, ovat haastaneet vanhojen mediayritysten toiminta- ja ansaintatapoja.

Murroksella, josta tänä päivänä puhutaan, tarkoitetaan journalististen tuotteiden ja palveluiden siirtymistä verkkoon sekä perinteisten sanomalehtien levikkimäärien laskua ja ilmoitusmäärien vähenemistä. Tämä maailmanlaajuinen digitaalinen murros on peruja 1990-luvulta, jolloin lama laski sanomalehtien levikkejä ja internet esitteli yleisölle uusia tapoja vastaanottaa uutissisältöjä ja kuluttaa mediaa. Internet ja digitaalisuus eivät kuitenkaan ole ainoita mediaa ja journalismia muuttavia tekijöitä. Muita muutostekijöitä ovat esimerkiksi taloudelliset paineet, uskottavuuteen liittyvät haasteet sekä median suhde demokratiaan. (Matikainen 2011, 7.)

Sanomalehtien ansaintalogiikka perustuu kahteen markkinatilaan. Kuluttajat ja yleisö muodostavat markkinatilan, joka myydään mainostajille, kun taas journalistinen tuote on markkinatila, joka myydään kuluttajille. Olennainen osa median murrosta onkin perinteisten sanomalehtien haasteet löytää uusia ansaintamalleja, jotta liiketoiminta säilyy kannattavana. (Kokkonen 2015.)

Suurista muutoksista huolimatta vanhat mediamuodot eivät ole katoamassa. Uusi media ei syrjäytä vanhaa, vaan muokkaa ja soveltaa sitä aivan uudella tavalla. Journalistisen tuotteen lisäksi murros muokkaa myös kuluttajia ja yleisöä. Yleisö ei enää vain vastaanota journalistista sisältöä, vaan on aktiivinen toimija sen jakajana ja tekijänä. Sosiaalinen media on tehnyt jokaisesta sisällöntuottajan, joka voi tavoittaa valtavia yleisöitä. Muutos aktiivisen yleisön suuntaan ei tarkoita välttämättä sitä, että yleisö olisi katoamassa, vaan yleisöstä on tullut aktiivinen mediasisältöjen tulkitsija, arvioija ja levittäjä. (Matikainen 2011, 14.) Uutissisältöjen tekijöiden täytyy ottaa huomioon sosiaalisen median keinot tavoitellessaan mahdollisimman kattavaa yleisöä, kuitenkin ilman, että tuotteen journalistinen laatu kärsii.

2.1 Muuttunut toimitusarki

Media-alan murros ja siirtyminen internetin aikakauteen ovat uudistaneet toimitusten arkea ja työskentelytapoja laajalti. Uusi aika on vaikuttanut niin toimituksissa käytettävään teknologiaan kuin työn rytmiin, nopeuteen ja laadullisiin kriteereihin. Sanomalehtien työntekijöiden työskentelyrytmi on muuttunut merkittävästi verkon tultua osaksi toimitusten jokapäiväistä arkea. Journalistiset tuotteet eivät enää valmistu vain kerran vuorokaudessa lehden lähtiessä painoon, vaan uutta sisältöä julkaistaan pitkälti kaikkina vuorokauden aikoina. Kun ennen päivän työn määräaika oli lehden lähtiessä painoon, on tänä päivänä deadline joka sekunti. Siirtyminen paperilehdestä monikanavaiseksi mediataloksi on muuttanut työskentelyajankohtia ja tapoja tehdä journalistista työtä.

Opinnäytetyöhön haastatellut päätoimittajat muistuttavat, että kyse on kuitenkin enemmän evoluutiosta kuin revolutiosta. Vaikka digitaalinen tuote on kasvanut luontevaksi jatkeeksi painetulle tuotteelle, se ei heidän näkemystensä mukaan tule korvaamaan sitä täysin. Paperilehden menestys on yhä elintärkeää sanomalehtien liiketoiminnalle, sillä valtaosa lehtien tulovirrasta tulee yhä painetusta tuotteesta.

Päätoimittajat ovat yksimielisiä siitä, että yksi suurimmista ja tärkeimmistä muutoksista on verkkotuotteen kehittyminen luonnolliseksi jatkeeksi painetun tuotteen rinnalle sekä erityisesti verkkojulkaisujen analytiikan reaaliaikainen seuraaminen.

Analytiikan tulo toimituksiin on muuttanut alaa ja työtä enemmän parissa vuodessa kuin mikään muu asia on onnistunut muuttamaan viimeisessä 20 vuodessa. (Päätoimittaja B.)

Ensimmäistä kertaa koskaan toimituksissa tiedetään aidosti ja reaaliaikaisesti, mitkä uutiset ja julkaisut kiinnostavat yleisöä; mitä luetaan, mitä jaetaan sosiaalisessa mediassa ja mitkä maksulliset julkaisut houkuttelevat siirtymään tilausprosessiin tai aloittamaan verkkojulkaisujen koetilauksen. Aiemmin toimitukset joutuivat tyytymään painetun lehden levikin analysointiin sekä muutamien vuosien välein toteutettaviin työläisiin, aikaa ja resursseja vaativiin lukijatutkimuksiin, jotka eivät kuitenkaan antaneet laajaa, eivätkä missään nimessä reaaliaikaista kuvaa lukijoiden ja tilaajien mieltymyksistä. Reaaliaikaisen analytiikan ansiosta toimitukset kykenevät nyt seuraamaan juttukohtaisesti jokaisen julkaisun suosiota.

Analytiikan seuraaminen ohjaa myös toimituksellista työtä. Päätoimittajien mukaan analytiikka auttaa havaitsemaan lukijoita kiinnostavat aiheet ja tarjoamaan lukijoille myös aiheita, joita he eivät vielä itsekään tiedä kaipaavansa. Verkossa julkaistavat versiot journalistisen työn tuloksesta vaativat myös uudenlaista näkökulmaa uutisen rakentamiseen. Ani harvasta uutisesta tai artikkelista tehdään enää vain yksi versio, kun lukijoita halutaan palvella monikanavaisesti.

Hyvän verkko-otsikon luominen on aivan oma taiteenlajinsa. Paperilehden otsikko toimii verkossa vain harvoin. Tietysti verkko-otsikonkin tulee vastata jutun sisältöä, sille täytyy löytyä kate ja pysymme siinäkin journalistin ohjeiden rajoissa. Tyypillisten klikkiotsikoiden maailmaan emme lähde, vaikka se näyttää olevan nykyisin yleistä monille. (Päätoimittaja A.)

Analytiikkaan sitoutuvat myös toimitusten uudenlaiset tavoitteet. Lehdet julkaisevat verkossa päivittäin uutisia ja juttuja, joiden tavoitteena on houkuttaa mahdollisimman hyvin yleisöä ja näin kasvattaa lehden tilaajamääriä. Analytiikan avulla tavoitteita voidaan seurata reaaliaikaisesti ja todeta, mitkä päivät ovat olleet onnistuneita ja mitkä eivät. Lisäksi mediayhtiöissä hiotaan aivan uudella tavalla ostoputkea, jonka kautta uusia määräaikaista koe- tai näytetilauksia haalitaan. Tilaustapahtuma pyritään luomaan mahdollisimman käyttäjäystävälliseksi, helpoksi ja yksinkertaiseksi, jotta tilausprosessin aloittaneet lukijat jatkavat sen loppuun asti päästäkseen lukemaan maksumuurin takana olevan kiinnostavan sisällön.

2.2 Uusia mahdollisuuksia ja haasteita

Internet ja toimitustyön laajentuminen verkkoon antavat toimituksille uusia mahdollisuuksia tarjota asiakkailleen uudenlaista, monikanavaista ja laadukasta journalismia. Samalla, kun toimitustyöskentelyn mahdollisuudet laajenevat, toimitukset kohtaavat internetin aikakauden myötä uudenlaisia haasteita. Vaikka muutos on kestänyt pitkään, eikä ole tullut yllätyksenä kellekään, se on vaatinut sanomalehtien toimituksilta runsaasti ponnisteluja, uusia satsauksia ja välillä myös harha-askelia, kun sopivaa keinoa yleisöjen palvelemiseen on etsitty hiljalleen. Päätoimittajat uskovat, että oikeanlaiset tiet ja keinot alkavat jo siintää, mutta menneisyyden virheistä oppineina he tietävät, että yllätyksiä tulee aina. Sosiaalisen median räjähdysmäistä kasvua ei kukaan osannut odottaa vielä 1990-luvulla, kun ensimmäiset kotimaiset verkon uutissivustot alkoivat nousta.

Päätoimittajat ovat yhtä mieltä siitä, että jokaisesta verkossa julkaistusta uutisesta ja artikkelista yleisöltä välittömästi saatu, nopea ja yksityiskohtainen palaute on yhtäläillä haaste kuin mahdollisuus. Journalistisen työn tekeminen on merkittävästi asiakaslähtoisempää kuin koskaan ennen. Enää toimituksen oma arvio ei määritä työtä, vaan vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa saadaan selville, minkälaista sisältöä on kannattavaa tehdä. Journalisti ei ole vain objektiivinen vallan portinvartija, vaan työntekijä, joka tuottaa asiakkailleen kiinnostavan ja luotettavan tuotteen. Päätoimittajat kuitenkin muistuttavat, että vaikka asiakaslähtöisyys ja houkuttelevuus merkitsevät yhä enemmän, journalistista päätäntävaltaa ei silti luovuteta toimituksen ulkopuolelle ja journalistin ohjeista (Julkisen sanan neuvosto 2013.) pidetään yhä tiukasti kiinni.

Analytiikan ja lukijapalautteen ansiosta toimituksissa tiedetään nopeasti, miten tuote on otettu vastaan. Päätoimittajien mukaan saadut tulokset ovat olleet usein yllättäviä. Uutinen, jota on hiottu pitkään ja jota on pidetty erittäin merkittävänä, saattaa haalia vain pienen määrän lukijoita ja mahdollisesti lisäksi vielä negatiivista palautetta. Palautteen ja analytiikan antama selkeä viesti on, että sanomalehtiä tarvitaan ympäri Suomen, sillä nimenomaan paikalliset uutisaiheet kiinnostavat lukijoita aina eniten, olivat ne sitten pieniä tai suuria.

Pitkän linjan päätoimittajat pitävät suurena haasteena myös vanhoista ajatus- ja työskentelymalleista pois oppimista. Uudenlaiset yleisöt, alustat ja keinot vaativat uudenlaisia tapoja tehdä työtä.

Vanhasta pois oppiminen vaatii todellisia ponnisteluja. Yksi sellainen konkreettinen esimerkki tästä on kuntien tilinpäätösuutisointi. Niitä on tehty vuodesta toiseen tietyn kellon mukaan, ja nyt olemme saaneet huomata, ettei kyseisille uutisille ole kysyntää. Olemme saaneet huomata tehneemme vuosikymmeniä sellaista työtä, joka ei kiinnosta ketään. (Päätoimittaja B.)

Päätoimittajat muistuttavat, että kaikilla aloilla siirtyminen 2000- ja 2010-luvuille on tuonut muutoksia ja uusia tuulia työskentelytapoihin. Silti media-alan kuvitellaan olevan kovimmassa myllerryksessä, koska se peilaa niin vahvasti kaikkia yhteiskunnan osasia. Usein ajatellaan, että journalistit ja toimittajat ovat hyvin innovatiivisia, uusista asioista kiinnostuneita ihmisiä, jotka ovat erittäin mukautuvaisia muutoksiin ja uudistuksiin.

Todellisuudessa toimittajat ovat perin konservatiivisia, mitä tulee heidän omiin työskentelymetodeihinsa. Niiden uudistaminen vaatii valtavasti työtä, ja silti löytyy niitä, jotka haluavat nähdä muutosta kaikkialla muualla paitsi oman työpöytänsä äärellä. (Päätoimittaja E.)

Internet antaa uutismedioille valtavan alustan, jossa julkaistu työ voi levitä loputtomiin sfääreihin. Se tuo mahdollisuuden saavuttaa uudenlaista mainetta ja arvostusta, mutta ennen kaikkea digitaalinen murros on tuonut keinon tarjota journalistista osaamista uusille yleisöille.

Yksi sanomalehtien kohtaamista moderneista haasteista liittyy erilaisten kohderyhmien välisiin selkeisiin eroihin. Painetun tuotteen tilaajat ovat pääsääntöisesti yli 50-vuotiaita, perinteitä ja vakautta arvostavia lukijoita, jotka haluavat saada painomusteen tuoksuisen uutiskokonaisuuden aamiaispöytänsä päivittäin. Sen sijaan digitaalisen journalismin kuluttajat ovat laajalti alle 40-vuotiaita henkilöitä, jotka haluavat saada uutiset mobiililaitteeseensa mahdollisimman nopeasti ja monipuolisesti vuorokaudenajasta riippumatta.

Vaikka perinteisen painetun tuotteen tilaajat osaisivat ja pystyisivätkin käyttämään verkon tarjontaa, he eivät ajattele sitä samana tai vastaavana tuotteena, vaan lehti on lehti. Lisäksi nuoria ihmisiä on hyvin vaikea houkutella painetun tuotteen tilaajiksi. Nämä kaksi maailmaa eivät juuri kohtaa. Siinä on se haaste, sillä meidän täytyy rajoitetuin resurssein ajella näillä kaksilla rattailla. (Päätoimittaja C.)

Erot sukupolvien välillä tuovat toimituksiin myös uusia mahdollisuuksia uusien yleisöjen muodossa, kun alle 40-vuotiaiden paikallisjournalismin kulutus kasvaa. Ratkaisevaa on, että tälle kohderyhmälle on tarjota säännöllinen, monipuolinen ja kiinnostava uutisvirta, johon he voivat luottaa. Lukijat voivat luottaa siihen, että uutiset ovat totta ja he voivat luottaa siihen, että kun jotain merkittävää tapahtuu, tiedon löytää oman alueellisen sanomalehden sivustolta.

Suurin saamamme mahdollisuus on ehdottomasti siinä, että tämä nuorempien lukijoiden porukka voidaan saada maksamaan paikallisjournalismista, kun hinta on kohtuullinen. Silloin se menee samaan kastiin esimerkiksi suoratoistopalveluiden kanssa. Nykyisin nuoret aikuiset ovat tottuneet siihen, että laadukkaasta palvelusta voidaan maksaa. (Päätoimittaja C.)

3 ODOTETTU OSAAMINEN

Toimittajat ovat suomalaisen mediakentän monitaitureita, joilta vaaditaan laajaa alan tuntemusta, teknistä ja ilmaisullista osaamista sekä erittäin hyviä työelämä- ja ihmistaitoja. Nuoren journalistin selviytymisoppaassa (Lintula & Valkama 2005) toimittajan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi luetellaan intohimo ja päättäväisyys, kriittisyys sekä luotettavuus ja itseluottamus.

Toimittajia saapuu työelämään Suomessa monista erilaisista taustoista, eikä ole olemassa esimerkiksi yhtä oikeaa journalismin tutkintolinjaa tai oppilaitosta. Kotimaiset oppilaitokset, joista valmistuu pääsääntöisesti toimittajia, kuvailevat korkeakoulutettujen journalistien olevan monimediaympäristön ammattilaisia, joilla on valmiudet tuottaa erilaisia sisältöjä muun muassa televisioon, radioon, mobiili-, verkko- sekä printtijulkaisuihin. Esimerkiksi Tampereen yliopistosta journalistiikan alalta valmistuvalla odotetaan olevan laajaa yhteiskunnan ja kulttuurin alan tuntemusta sekä tieteellistä sivistystä. (Tampereen yliopisto n.d.) Journalistilta odotetaan hyvää yleissivistystä sekä ymmärrystä yhteiskunnallisen, kulttuurisen ja taloudellisen vallankäytön prosesseista. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu esittelee valmistuvat medianominsa mediakentän ja vastuunsa tuntevina toimittajina. (Haaga-Helia n.d.) Turun ammattikorkeakoulusta valmistuvien monimediajournalistien odotetaan taitavan ideoinnin, tiedonhankinnan ja haastattelun sekä kirjoittamisen, kuvaamisen, äänittämisen ja editoinnin. (Turun ammattikorkeakoulu n.d.)

Toimittajalta odotetaan kuitenkin todellisuudessa paljon enemmän, kuin oppilaitosten infomateriaalit antavat ymmärtää. Kävin opinnäytetyötäni varten läpi Journalistiliiton ammattilehti Journalistissa julkaistut työpaikkailmoitukset vuosilta 2017–2018. Työpaikkailmoituksissa sanomalehtiin etsitään erittäin päteviä journalisteja. Sellaisia, jotka suhtautuvat palavasti journalismiin ja uutistyöhön sekä tuntevat ja osaavat hyödyntää sosiaalista mediaa. Rekrytoitavilla journalisteilla odotetaan olevan myös hyvä yleissivistys ja kielitaitoa, idearikkautta ja kykyä nähdä asiat lukijat kannalta. Työpaikkailmoituksissa toimittajalta vaaditaan myös luotettavuutta, avointa mieltä ja innokasta asennetta, unohtamatta hyvää uutisvainua.

Toimittajalle tarpeellisina työelämätaitoina pidetään oma-aloitteisuutta ja kiinnostusta kehittyä, luovuutta ja ahkeruutta, rohkeutta, joustavuutta, uteliaisuutta ja kunnianhimoa.

Työpaikkailmoituksissa mainitaan myös, että toimittajalla odotetaan olevan vahvoja yhteistyö- ja ideointitaitoja sekä monipuolisuutta. (Journalisti 2017–2018.)

3.1 Journalistinen osaaminen

Viisi pitkän linjan päätoimittajaa tunnistaa alan vaatimukset ja pitkälti allekirjoittaa työpaikkailmoituksissa mainitut piirteet. Toimittajan perusvaatimukset alalla pärjäämiseen ovat pysyneet journalistisen osaamisen osalta samana vuosikymmenien ajan, eivätkä päätoimittajat ole halukkaita tinkimään niistä. Vuosien saatossa päätoimittajat ovat saaneet kohdata monenlaisia media-alalle astuvia tekijöitä niin toimitusharjoittelijoiden kuin kesätoimittajienkin muodossa. Ilmaisullista lahjakkuutta ja hyvää uutisnäää pidetään alan perusedellytyksinä. Suurin osa päätoimittajista kaipaisi kuitenkin hyvän pohjan päälle vielä jotakin erilaista, jolla toimittajat erottuvat edukseen suuresta ammattilaisten joukosta ja tuovat arvokkaan lisän mediatalon toimittajakaartiin.

Kaipaisin toimittajilta hieman enemmän laaja-alaisuutta: sitä, että kaikki eivät opiskelisi pääaineenaan journalismia, vaan olisi enemmän diversiteettiä. Se rikastaisi huomattavasti sitä yhden ihmisen ajattelua, mutta vaikuttaisi myös koko toimituksen vahvuuteen, kun olisi eri putkista tulleita toimittajia. (Päätoimittaja B.)

Tarinan kertomisen taito on välttämätön lähtökohta journalistille – oli kerronta sitten kirjallista, kuvallista tai esimerkiksi videoitua. Kuitenkin päätoimittajat peräänkuuluttavat sen lisäksi mahdollisimman syvällistä sisältöosaamista. Pelkän journalismin tekemisen substanssi ei enää riitä, vaan toimittajilta toivotaan jonkinlaista erityisosaamista tai erityistä asiantuntemusta jostakin tietystä aihealueesta.

Se voi olla esimerkiksi paikallispolitiikka, ympäristö, lääketiede, robotit, yritystalous, melkein mitä tahansa, mihin journalistilla on palavaa mielenkiintoa. Asiantuntijuushan on se, mikä on rahanarvoista. (Päätoimittaja D.)

Toimittajien syvälinen erityisosaaminen jakaa päätoimittajien mielipiteet. Vaikka erityisosaamista arvostetaan, pidetään monipuolisuutta kuitenkin vielä tärkeämpänä piirteenä journalistin ammattipersonassa. Digitaalisen maailman aikana toimittajien on aivan turha esimerkiksi ilmoittaa tekevänsä uutisia vain painettuun lehteen. Lisäksi harvoin työnkuva kaventuu pelkän erityisosaamisen piiriin, sillä monitaitoisuus turvaa tulevaisuutta, kun toimittajalla on mahdollisuuksia työskennellä erilaisten asioiden parissa.

Liian syvällisellä erikoisosaamisella voi olla myös omat kompastuskivensä, jos toimittaja on hyvin laajalti verkostoitunut ja keskittynyt pitkään samaan aihepiiriin.

Sokeus ja kapeakatseisuus omaa erikoisosaamista kohtaan ovat toimittajille, niin uusille kuin vanhoille suuri haaste. Kun on äärimmäisen perehtynyt siihen omaan aihealueeseen, ei aina enää näe uutista, vaikka se olisi aivan nenän edessä. Tarvitaan rohkeutta katsoa uusin silmin. (Päätoimittaja E.)

Päätoimittajat huomauttavat, että koulutuksesta, oli kyseessä sitten journalismin opinnot tai muu yleissivistävä koulutus, on aina hyötyä. Koulutusta ja halua oppia jatkuvasti uutta arvostetaan pitkälle, eikä missään nimessä väheksytä. Useissa sanomalehdissä ehtona esimerkiksi kesätoimittajaksi pääsemiselle on, että hakijalla on korkea-asteen koulutus tai hakija voi osoittaa, että on parhaillaan kouluttautumassa. Päätoimittajat kertovat seuranneensa nuorten osaamisen tasoa pitkään ja huolestuneensa erityisesti nuorten toimittajien yleissivistyksen laskevasta tasosta.

Tavallaan olen huolissani nuorten yleissivistyksen tasosta. Samalla, kun nuorten yleissivistys on mennyt alaspäin, ovat nykynuoret esimerkiksi erittäin lahjakkaita kielellisesti. Lisäksi heillä on huimat tekniset valmiudet ja varmasti enemmän osaamista teknologian kanssa, kuin meillä vanhoilla tekijöillä. (Päätoimittaja E.)

Päätoimittajien mukaan toimittajalta vaadittu yleissivistys käsittää pääsääntöisesti yhteiskunnan osa-alueiden toimintaa. Toimittajan tulee tietää, miten yhteiskunta toimii, kuka käyttää valtaa ja miten, miten raha liikkuu, miten yritykset ja julkisyhteisöt toimivat sekä miten politiikkaa tehdään. Myöskään pienestä vuosien varrella kertyneestä nippe-litiedosta ei ole koskaan haittaa.

Nuorten toimittajien yleistieto ei aina ole sillä tasolla, kun sen pitäisi olla. Tietysti Google on aina olemassa, mutta on sitä tietoa on hyvä olla omallakin kovalevyllä. (Päätoimittaja A.)

Toimittajilta odotetaan myös laajoja työelämätaitoja. Uutisentekoprosessi käynnistyy usein ryhmätyönä juttua ideoitaessa ja suunniteltaessa. Edetessään prosessi muuttuu itsenäiseksi tiedonhankinnaksi ja toteuttamiseksi. Päätoimittajat huomauttavat, että vaikka yksilö on toimittajan ammatissa usein keskiössä, on työ lopulta kuitenkin tiimi-työtä.

Vertailuna urheilumaailmasta: kun jalkapallojoukkue voittaa, kaikilla pelaajilla on hyvä fiilis, vaikka jokainen ei tehnytkaan maalia. Jopa ne ovat hyvällä mielellä, jotka saivat pelata vain viisi minuuttia. Ja sitten kun joukkue häviää, kaikilla on huono fiilis, myös sillä, joka on tehnyt kolme maalia. Sellaista tunnelmaa kaipaavat toimituksiin, että tehtäisiin aidosti porukalla, autetaan ja tuetaan toista. Se keskinäinen sparraus kehittää. (Päätoimittaja C.)

Toimittajalta odotetaan hyviä sosiaalisia taitoja ja yhteistyökykyä. Yhdeksi tärkeimmäksi piirteeksi päätoimittajat toteavat sen, että toimittaja tulee toimeen kaikenlaisten ihmisten kanssa. Koska toimittajan työ on jatkuvaa vuorovaikutusta haastateltavien, asiantuntijoiden ja lukijoiden kanssa, ei liian sisäänpäin kääntyneelle toimittajalle yleensä löydy jalansijaa alalta.

Toimittajalta vaadittavaa vuorovaikutustaitoa on myös palautteen vastaanottaminen. Palaute korostuu journalistisessä työssä huomattavasti enemmän kuin monessa muussa ammatissa. Koska toimittajan työ on hyvin julkista, kovaakin palautetta on oltava valmis ottamaan vastaan, mutta törkeyttä ei tule siitä huolimatta sietää. Palautetta tulee niin kollegoilta kuin esimiehiltä, mutta ennen kaikkea yleisöltä. Päätoimittajat toivoisivat, että nuoret journalistit laajentaisivat ymmärrystään sen suhteen, miten media-ala ja sen ansaintamallit toimivat laajana kokonaisuutena ja ketä varten työtä lopulta tehdään.

Yleisesti ottaen, erittäin paljon suurempaa fokusta tarvitaan siihen, että miten tehdään maksullista, uniikkia journalismia verkkoon. Erityisesti asiakaslähtöisyyttä tulisi korostaa jo alan opinnoissa, sen sellaisen yhteiskunnan vahtikoira -tyyppisen eetoksen lisäksi. (Päätoimittaja D.)

Vaikka journalistin tulee olla puolueeton ja objektiivinen tarkkailija ja luova tekijä, on hänelläkin oma asiakasryhmänsä, jota palvella. Ilman tilaajia ja lukijoita ei olisi sanomalehtiä eikä niissä työskenteleviä toimittajia. Osa päätoimittajista pitääkin alan ylimielisyyttä ongelmana – journalistit ajattelevat usein työllään olevan itseisarvon sen sijaan, että ajattelisivat laajaa kokonaisuutta ja tarkastelisivat omaa työskentelyään lukijan kriittisestä näkökulmasta. Päätoimittajat kaipaavat tekijöiltä laajaa ammattitaitoa, jonka avulla palvella sanomalehden tilaajia ja lukijoita. Erityisesti maksumuurin takana olevien laajojen uutiskokonaisuuksien yleistymisen paikallisissa sanomalehdissä herättelee siihen, että työn laatuun tulee panostaa uusilla tavoilla.

Hyvän uutisnänen päälle tulee rakentaa sellaista ymmärrystä, että vain laatujournalismi kelpaa. Minä en halua toimittajilta, edes kesätoimittajilta tai harjoittelijoilta, roiskimista, huolimattonta työtä, vaan mieluummin niin, että siihen työhön käytetään aika, jonka se vaatii, ja sitten tehdään sellaista laatua, että se kiinnostaa myös lukijoita. Minä toivon heiltä, yhdellä sanalla, laatujournalismia. (Päätoimittaja B.)

Sanomalehdet ovat aina kilpailleet keskenään lukijoista, mutta median digitaalisen murroksen myötä kilpailu on koventunut todella. Tietoa on saatavilla enemmän kuin koskaan ja sosiaalisen median räjähdysmäisen kasvun vuoksi jokainen ihminen on omalla tavallaan media: tietoa ja sisältöä tuottava ja levittävä tekijä. Vaikka toimittajat harvoin

pitävät muita, alan ulkopuolisia tekijöitä kilpailijoinaan, haastavat sosiaalinen media ja internetin laajat muut tiedonvälityksen alustat perinteisiä toimittajia, mediataloja, sanomalehtiä ja uutistoimituksia.

Kysyntää olisi nyt näkemykselliselle, analyyttiselle taidolle nähdä niitä isoja kokonaisuuksia, pystyä sieltä poimimaan ja tarjoamaan keskimääräistä mielenkiintoisemmin. Kilpailu ihmisten huomiosta on niin valtavan kovaa, että menestyäkseen toimittajien tulee erottua sieltä joukosta. Sellainen bulkkityyppinen perusuutinen ei kovin kauas kannu, vaikka niitäkin tarvitaan. Jos me haluamme ihmisiä tilaamaan näitä journalistisia tuotteita, niin siellä täytyy näkyä se toimittajan tuoma lisäarvo. (Päätoimittaja C.)

3.2 Tekninen osaaminen

Journalismin digitalisoitumisen ja teknologian kehityksen myötä myös toimittajien osaamisen vaatimustaso nousee. Kun ennen toimituksen väeltä odotettiin hyvää konekirjoitustaitoa, valokuvaustaitoa ja mahdollista puukkotaiton hallintaa, tänä päivänä vaatimustaso on aivan toinen. Toimittaja on moniottelija, joka kykenee tuottamaan sekä painettuun tuotteeseen että verkkoon laadukasta ja monipuolista journalismia kuviineen, grafiikoineen ja videoineen. Lisäksi toimittajan tulee osata tulkita erilaista analytiikkaa ja dataa, ymmärtää sosiaalisen median toimintaympäristöä sekä osata käyttää monenlaista teknologiaa.

Näen nuorten vahvuutena juuri digitaalisen maailman. He ymmärtävät sitä. Siinä he opettavat enemmän toimitusta kuin me heitä. Kun verrataan sitä kesätoimittajaa, joka minä olin alalla aloittaessani nykyisiin kesätoimittajiin, niin silloisella minulla ei olisi näiden toimittajien joukossa mitään jakoa. Olen seurailut tilannetta ja todennut, että tasaisesti taso on noussut. Ei mitään älyttömiä hypäyksiä, mutta sen selvästi näkee vuosi vuodelta, että meillä on valmiimpia, fiksumpia, monipuolisempia ja parempia kesätoimittajia. (Päätoimittaja D.)

Audiovisuaalinen journalismi on levinnyt television uutislähetyksistä sosiaaliseen mediaan ja myös sanomalehtien verkkojulkaisuihin. Videot ovat uutissivustoilla arkipäivää, ja monet uutisaiheet kaipaavat liikkuvaa kuvaa tekstin ja valokuvien tueksi. Päätoimittajat toivovat, että tulevaisuuden tekijöiltä löytyy monitaitoisuutta käyttää hyväksi verkon tarjoamia mahdollisuuksia aiempia sukupolvia enemmän ja paremmin. Kaiken kaikkiaan päätoimittajat toivovat toimittajien hallitsevan erilaiset tekniset keinot ainakin auttavasti. He eivät odota toimittajien olevan mestarikuvaajia tai -graafikoita, mutta odottavat heidän pärjäävän tilanteissa, joissa osaamista tarvitaan.

Lähtökohtaisesti täytyy olla niin, että kaikki kykenevät tekemään kaikkea. Jos kuitenkin kukaan ei keskity mihinkään, se ei toimi. Jos toimittaja sattuu paikan päälle niin sanottuun tulipalotilanteeseen, niin jokaisella on se puhelin siellä tas-

kussa ja valmiudet ottaa se materiaali talteen, auttavasti editoida se ja tuupata verkkoon. Sen tyyppinen taso tulisi olla kaikilla. (Päätoimittaja C.)

Verkkotyöskentely on mittava osa nykytoimituksen työtä. Uutisten kirjoittaminen ja julkaiseminen verkossa ei kuitenkaan riitä, koska verkon maailma laajenee koko ajan. Toimittajat joutuvat jatkuvasti kehittämään omaa osaamistaan laajentuvien alustojen ja verkon tarjoamien mahdollisuuksien myötä. Painettuja lehtiä tehtiin vuosikymmenten ajan samalla tavalla ja samoilla välineillä, kun tänä päivänä toimitukset tekevät parhaansa pysyäkseen kehityksen kelkassa. Verkkjournalismin suuri kuva on kaikille selkeä: verkossa julkaistaan tilaajille suunnattua ja uusia tilaajia houkuttelevaa journalistista sisältöä mahdollisimman monipuolisesti. Verkon maailma kuitenkin koostuu pienistä yksityiskohdista, joiden täydellinen hallitseminen voi olla toimitukselle vaikeaa. Toimituksista löytyy valtavasti osaamista ja taitoa, mutta sen saaminen täyteen potentiaaliinsa on haastavaa.

On hirveästi asioita, joihin on ohjeistukset olemassa, mutta on miljoona muuta asiaa, joita ei ole voitu ohjeistaa. Tekijät eivät aina tiedä, mitä heiltä oikein odotetaan, koska on niin paljon erilaisia yksityiskohtia. Kyllä missä tahansa organisaatiossa työntekijöiden tulisi tietää tarkkaan, mitä heiltä odotetaan. Muuten esimiehet ovat epäonnistuneet. (Päätoimittaja E.)

Oleellisena osana journalismin digitaalista aikakautta päätoimittajat toivovat tulevaisuudessa vastavalmistuneilla journalisteilla olevan entistä laajempaa osaamista koodauksen ja verkkoanalytiikan tulkinnan parissa. Video- ja valokuvaustaitoja päätoimittajat pitävät jo perusedellytyksinä. Toimittajan odotetaan osaavan käsitellä ja editoida tuottamaansa materiaalia. Sosiaalisen median myötä myös henkilöbrändi-ilmiö on levinnyt toimituksiin. Sanomalehdenkin toimittajan odotetaan osaavan esiintyä kameran edessä ja tuovan omalla osaamisellaan selkeää lisäarvoa toimitusvahvuuteen.

Ennenhän kysyttiin, että onko ajokorttia. Nykyään voidaan kysyä osaatko koodata, osaatko kuvata ja tulkita dataa. Vaatimustaso on noussut todella paljon siitä, mitä se on joskus ollut. Uudenlaisia taitoja tarvitaan. (Päätoimittaja A.)

4 ALALLE ASTUMINEN

Kilpailu työpaikoista on media-alalla kovaa, mutta journalistien osalta se kiristyy todelliseksi kilpajuoksuksi. Esimerkiksi yhtä Alma Media -konsernin avointa journalistin työpaikkaa hakee keskimäärin 35 hakijaa. (Honkonen 2017.) Avoimista tehtävistä huolimatta toimitusten väkimäärät kasvavat harvoin, sillä uudet rekrytoinnit korvaavat usein esimerkiksi eläköitymisiä.

Toukokuussa 2017 Suomessa oli noin 1 100 työtöntä Journalistiliittoon kuuluvaa alan ammattilaista. Journalistiliittoon kuuluu noin 15 000 jäsentä, mikä kattaa noin 90 prosenttia Suomen journalisteista. (SJL työmarkkinatutkimus 2018.)

Työpaikkojen määrä toimituksissa ympäri Suomen on vähentynyt, mutta verkkoon toteutettava sisältö työllistää tekijöitään entistä enemmän. Monen toimittajan työnkuva on muuttunut paljon 2000-luvun aikana. Journalistiliiton jäsenistä noin 44 prosenttia työskentelee toimittajana, verkkotoimittajana tai kustannustoimittajana. (SJL työmarkkinatutkimus 2018.)

4.1 Jalka toimitusosaston oven väliin

Kokemattomat, vastavalmistuneet ja alalle juuri astuvat ammattilaiset voivat pitää journalismin alan työllisyyslukuja hyvinkin lannistavina. Uunituoreet journalistit kohtaavat saman dilemman kuin useiden muidenkin alojen työnhakijat: saadakseen paikan hakijalta vaaditaan kokemusta uutis- ja toimitustyöstä ja saadakseen kokemusta, tarvitaan työpaikka, jossa sitä kartuttaa. Viiden merkittävän kotimaisen sanomalehden päätoimittajat toteavat kaikki, että heidän toimituksensa on hyvin harvoin kenenkään ensikosketus uutistyyöhön, vaan pitkälti kaikilla, myös toimitusharjoittelijoilla ja kesätoimittajilla, on jo jonkinlaista kokemusta alalta. Työn, etenkin vakituisen työn, saaminen saattaa tuntua alalle saapuvasta mahdottomalta. Päätoimittajat kehottavat kuitenkin pitämään pääns pystyssä, vaikka viime aikoina rekrytointeja onkin tehty hyvin niukasti.

Minulla on vahva käsitys, että hyvälle löytyy kyllä töitä. (Päätoimittaja C.)

Päätoimittajat kertovat, että heidän toimituksiinsa saavutaan pääsääntöisesti juuri kesätöiden tai opintojen aikana suoritettujen pakollisten harjoittelujaksojen myötä. Lyhyetkin harjoittelupätkät antavat nopeasti selkeän kuvan toimittajan osaamisen tasosta,

luonteesta ja kyvyistä. Ne voivat aikanaan poikia määräaikaissuusia ja sijaisuuksia, joiden myötä sitten päädytään jo toimituksen vakikalustoon.

Useimmiten taloon saapuvalla nimenomaan on jo jokin ote meihin, on se sitten kesätoimittajuus tai harjoittelu. Voisin sanoa, että vain noin kolmannes meille saapuvista työntekijöistä tulee suoralla rekrytoinnilla, täysin talon ulkopuolelta. (Päätoimittaja B.)

Kaikki viisi päätoimittajaa johtavat yliopisto- ja opiskelukaupungeissa toimivia sanomalehtiä. Näin ollen suuri osa lehtiin saapuvista kesätoimittajista on nimenomaan opiskelijoita, joko journalismin alalta tai aivan joltain muulta alalta.

Tämä on iso kaupunki, täällä on paljon opiskelijoita. Meille tulee vuosittain 20–30 kesätoimittajaa, ja heistä valtaosa on opiskelijoita. Kun opinnot on sitten taputeltu ja meiltä vakipaikka aukeaa, entinen kesätoimittaja saattaa olla hyvinkin potentiaalinen hahmo, kun hänen taitonsa ja tyyliinsä on tullut jo ennestään tutuksi. (Päätoimittaja D.)

Toimitusosastojen henkilöstövahvuuden kutistuessa jatkuvasti, kaikille halukkaille ei tule vakituisia toimittajan pestejä kotimaisista sanomalehdistä riittämään. Media-ala kuitenkin laajentuu ja kehittyy jatkuvalla tahdilla, ja sen myötä myös työnkuvat ja työtavat ovat muutoksen pyörteessä.

Päätoimittajien käsitykset freelancer-toimittajista, yrittäjäpohjaisen työskentelyn kannattavuudesta ja yleistymisestä eroavat. Osan ollessa vahvasti sitä mieltä, että freelance-rina työskentely on tätä päivää ja tulevaisuutta, toiset suhtautuvat alihankkijoina työskenteleviin toimittajiin epäilevästi. Valtaosa haastatelluista päätoimittajista kuitenkin uskoo, että erilaiset mallit sanomalehtien avustajina työskentelyssä lisääntyvät ja arkipäiväistyvät tulevaisuudessa. Freelancer-toimittajien pestaamisen ongelmina päätoimittajat näkevät muun muassa sitoutumattomuuden yhteen organisaatioon ja sen tuoman luottamuspuutteen sekä työyhteisön ulkopuolisuuden. Päätoimittajat uskovat sen, että mediatalolla on oma väkensä, tuovan lisäarvoa lopulliseen tuotteeseen ja asiakkaiden mieliin.

Selvältä näyttää se, että aiempaa suurempi joukko journalisteja joutuu elättämään itsensä freelancerina. Joko niin, että toimittajalla on useita toimeksiantajia alalla tai sitten jopa niin, että on töitä myös jollakin muulla alalla. Ilmeisin tapa lienee se, että freelancer-toimittaja tekee töitä sekä viestinnän että journalismin alalla, mikä on jossain määrin ongelmallista. (Päätoimittaja C.)

Alan epätasapainoiset työllistymisnäkökymät saattavat ajaa useita journalisteja viestinnän alalle, koska yritysviestintä ja tiedottajana työskentely tarjoavat usein tasaisemmat tulevaisuudennäkökymät ja varmuutta arkeen. Päätoimittajat suhtautuvat kuitenkin hyvin

epäileväisesti samanaikaisesti sekä journalismin että viestinnän alalla työskenteleviä kohtaan. Ongelmallisena nähdään se, että toimittaja saattaa sekä toimittajan että jonkinlaisen viestintäasiantuntijan tai sisällöntuottajan roolissa työskennellä samoja yrityksiä ja organisaatioita koskevien aihealueiden parissa. Tällöin työntekijä saattaa menettää niin toimeksiantajana toimivan sanomalehden kuin juttuaiheena esiintyneen organisaationkin luottamuksen.

4.2 Rekrytointitarpeet tulevaisuudessa

Perinteisten painettujen sanomalehtien levikkien lasku ja ilmoitusmäärien väheneminen mainostajienkin siirtyessä digitaalisen aikakauden myötä verkkoon, pakottavat sanomalehdet pohtimaan ansaintamallejaan uusiksi. Mainosmyynnistä saatavan tulon kehitys on laskenut tasaisesti ja aiheuttaa sen, että alan rakenteiden kokoa täytyy sopeuttaa sen mukaisesti. Suomi ei ole saari, vaan alan globaali taloustilanne heijastelee myös suomalaiseen sanomalehdistöön.

Olen varma, että toimittajien määrä toimituksessamme tulee laskemaan edelleen. Toki jossain vaiheessa on pakko palkata kovaa vauhtia eläkkeelle jäävien tilalle uusia tekijöitä, mutta silti vähenevissä määrin. (Päätoimittaja E.)

Liiketoiminnan ylläpitäminen on täysin riippuvaista alan vallitsevasta taloustilanteesta. Media-alan murros on alusta lähtien kääntänyt alan työllisyyslukuja alaspäin, ja keho taloudellinen tilanne korreloi lähes suoraan toimitusten henkilöstömääriin. Alalla on suoritettu Suomessa laajamittaisia yhteistoimintaneuvotteluja 2010-luvun aikana. Päätoimittaja E:n mukaan vuosien 2010–2017 välillä suomalaisten sanomalehtien väkimäärä vähentyi keskimäärin 31 prosenttia. Päätoimittajat jaksavat harmaista näkymistäkin huolimatta silti uskoa tulevaan.

Ei tietysti kukaan tulevaisuutta pysty ennustamaan, mutta työmme sisältö ja tekeminen kuluttajille, eivät ne itsestään synny. Totta kai toimittajia täytyy olla tulevaisuudessakin. (Päätoimittaja B.)

Sanomalehtien ja muiden mediaorganisaatioiden jatkuva kamppailu on tasapainoilua liiketoiminnan ylläpitämiseksi. Yhteistoimintaneuvotteluiden käynnistyessä yritys ottaa aina tietoisien riskien, joka mittaa, miten pienellä väkimäärällä toimintaa on mahdollista pyörittää niin, että lukijat ovat yhä halukkaita maksamaan lopputuotoksesta ja ilman, että journalistisen tuotteen laatu kärsii.

Päätoimittajat huomauttavat, että toimitusten ikärakenne vanhenee joka vuosi. Suuret ikäluokat, eli vuosien 1945–1950 välillä syntyneet ovat jo siirtyneet eläkepäivien viettoon, ja seuraavaksi ovat vuorossa 50–60-lukujen taitteessa syntyneet. Uusille voimille löytyy siis toimituksissa käyttöä.

Uudenlaiset liiketoimintamallit ovat puolestaan näyttäneet valoa tunnelin päässä. Verkossa sijaitsevien palveluiden jatkuva kehitys, laajeneminen ja maksullisuus saattavat jopa muuttaa kehityksen suuntaa tulevaisuudessa.

Tilattavan journalismin kokemukset ovat erittäin rohkaisevia. Meilläkin pelkkää verkkojulkaisua tilaavien ihmisten tilauskanta kasvaa lähes 50 prosenttia joka vuosi. Se on hyvä merkki, joka kertoo siitä, että yleisö ja lukijasuhde on hyvä sekä siitä, että hyvä journalismi tekee kauppansa ja on kannattavaa myös verkossa. (Päätoimittaja D.)

Irtisanomisten lisäksi päätoimittajat uskovat näkevänsä tulevaisuudessa muutoksia toimituksen työntekijöiden työnkuviin. He kehottavat alalle astuvia varautumaan alan jatkuviin muutoksiin. Toimittajilta odotetaan monipuolisuutta, mutta suurten sanomalehtien laajoja osastojakoja sekä erikoistoimittajan pestejä saatetaan karsia tulevaisuudessa. Päätoimittajat muistuttavat, että ammattitaito on aina hyväksi, mutta liian karkäs erityissuuntautuminen voi olla tulevalle toimittajalle haitaksi.

Isommissa mediataloissa on varmasti osastojakoa ja erikoistoimittajia vielä lähitulevaisuudessakin. Näen, että tekijän asiantuntijuus on yksi syy siihen, miksi ihmisillä on halua maksaa journalismista. Käytäntö voi kuitenkin olla pienemmissä mediataloissa aivan toinen. Suomessa on myös sanomalehtien toimituksia, joissa on purettu urheilu- ja kulttuuritoimittajan pestit viime vuosina, mutta kyseessä ei ole ihanteellinen ja optimaalinen ratkaisu, vaan enemmänkin pakon sanelema juttu. (Päätoimittaja C.)

Päätoimittajat uskovat, että toimittajat, joilla on erityistä osaamista ja asiantuntijuutta esimerkiksi talouden, politiikan, kulttuurin tai urheilun saralta ovat edelleen arvokkaita voimavaroja, vaikka toimituksissa osastoja jouduttaisiin karsimaan ja entisten erityistoimittajien työnkuva laajenisi myös muille osa-alueille. Laatujournalismin tekemistä pidetään kuitenkin koko toimitusosaston yhteisenä vahvuutena, joka kantaa osastojakojen yli.

Mitä erikoistuneempi hahmo, niin sitä arvokkaampi. Eihän sellaista lehteä osteta, jossa kukaan ei tunne mitään asiaa syvällisesti. Ei siitä synny rahan arvoista journalismia, vaan sitä syntyy siitä, että toimittaja tuntee hyvin tarkkaan joitakin aiheita ja tuo ne lukijoilleen ammattitaitoisella ja monipuolisella otteella. (Päätoimittaja D.)

5 TULEVAISUUS TOIMITUKSISSA

Median murros on ollut nopeaa, ja se jatkuu yhä. Suomalainen mediamaisema on muuttunut ja kehittynyt 2010-luvun aikana runsaasti, eikä muutos näytä hidastuvan. Media ja sen mukana myös journalismi muuttuvat kovalla vauhdilla.

Sanomalehtien kohtaamat taloudelliset paineet johtuvat pääasiassa painettujen lehtien tilauslevikin jatkuvasta laskusta sekä mainontatulojen hupenemisesta. Painettujen suomalaisten sanomalehtien levikkimäärä oli vuonna 2014 2,3 miljoonaa, miljoona vähemmän kuin 1990-luvun lopulla. Sanomalehtien tuloista vuonna 2018 enää 45 prosenttia kertyi ilmoitusmyynnistä, kun vielä 2010-luvun alussa osuus oli yli puolet. (Medialiitto 2018.)

Teknologiset innovaatiot ajavat muutosta eteenpäin, ja internet muuttaa tapojamme käyttää, kuluttaa, arvostaa ja ymmärtää mediaa. Tuoreimman Kansallisen mediatutkimuksen (KMT 2018) mukaan sanomalehtien lukeminen elää vahvana murroksen maailmassakin. Vuonna 2018 yhä 90 prosenttia suomalaisista luki sanomalehtiä viikoittain. Tutkimuksessa painettua lehteä luki viikoittain yli 70 prosenttia vastaajista, kun mobiililaitteella sanomalehtien verkkouutisia luki viikoittain 49 prosenttia. Internetin myötä kaupallisella medialla on yhä merkittävämpi rooli yhteiskunnassamme, samaan aikaan kun sen asema on yhä uhatumpi. Viime vuosina median kulutus on lähtenyt kuitenkin nousuun. Suomalaisten mediaan käyttämä aika oli tasaisessa laskussa vuodesta 2012 vuoteen 2017. Kaksi vuotta sitten se lähti kuitenkin jälleen tasaiseen nousuun. Lähi-vuosina painettujen lehtien levikin ollessa laskusuhdanteessa, digimyynti on jatkuvassa kevyessä kasvussa. (Media Audit Finland Oy 2019.)

Turun yliopiston alaisuudessa toimivan Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen MEDEIA-hanke osoittaa median roolin ja muotojen muuttuvan lähitulevaisuudessa. (Heinonen & Ruotsalainen 2014). Hankkeen tulosten perusteella voidaan uskoa, että myös sanomalehtien rooli tulee joissakin määrin muuttumaan. Puhtaan asiajournalismin sijaan kantaottavuuden uskotaan lisääntyvän tulevaisuudessa myös kotimaisessa mediassa. Pärjätäkseen verkon informaatiotulvassa mediayhtiöiden tulee panostaa entistä kovemmin myös oman luotettavan brändinsä luomiseen sekä tietynlaiseen erikoistumiseen. Journalismin verkko- ja mobiilikäytön jatkuvassa kasvussa mediayhtiöiden täytyy uudella tavalla panostaa visuaalisen ilmaisun esteettisyyteen ja selkeyteen. (Heinonen & Ruotsalainen 2014).

5.1 Tulevaisuudennäkymät sanomalehtien toimituksissa

Sanomalehtien merkitys on pysynyt samana jo lähes 150 vuoden ajan. Niiden tärkein menestystekijä on laadukas journalistinen sisältö ja sen synnyttämä läheinen lukijasuhde. Sanomalehtien tärkein tehtävä on välittää paikallisesti merkittävää uutistietoa yleisölle luotettavasti ja Journalistin ohjeita noudattaen.

Päätoimittajat uskovat, että monet asiat media-alalla tulevat muuttumaan vuosien saatossa, mutta he ovat varmoja, että sanomalehtien ja journalismin ydintehtävä tulee pysymään ennallaan ja journalismin periaatteista pidetään kiinni.

Lehemme elää tämän ympäröivän yhteiskunnan mukana, raportoi ja analysoi tapahtumia ja tulkitsee tulevaa. Se perustehtävähän ei ole muuttunut käytännössä mihinkään, enkä usko, että lähitulevaisuudessa se muuttuu yhtään mihinkään. Vain työkalut ja työskentelytavat muuttuvat ja kehittyvät. (Päätoimittaja B.)

Vaikka median murroksen ei uskota yltävän journalismin perustehtävään, yleisöön sen uskotaan vaikuttavan yhä enemmän. Päätoimittajat uskovat, että tulevaisuudessa journalismin kulutuskäyttäytyminen muuttuu synnyttäen uusia liiketoiminta- ja ansaintamalleja. Päätoimittajat uskovat journalismin mobiilikulutuksen kasvavan entisestään ja mahdollisesti jossain vaiheessa ylittävän painetun tuotteen kulutuksen. Tuolloin liiketoimintamallit pakotetaan muuttumaan, koska valtaosa tulovirrasta on yhä sidoksissa paperilehteen ja sen ilmoitusmyyntiin.

Paperilehden tekeminen sitoo ihmisiä ja resursseja paljon. Paino ja jakelu ovat isoja kustannuksia, joten jos sieltä vapautuu rahaa, toimitukset voivat voida hyvin. Jos siis pääsee yli sen kuolemanlaakson. (Päätoimittaja C.)

Jos suurissa sanomalehdissä päätettäisiin tulevaisuudessa siirtää resursseja merkittävästi pois paperilehdestä luopumalla esimerkiksi seitsemästä ilmestymispäivästä viikossa, se vapauttaisi resursseja laajalti verkkojournalismin käyttöön. Päätoimittajat kuitenkin huomauttavat, että moisella toimella saattaisi myös lyödä naulan omaan arkuunsa, niin kauan kun painetulla lehdellä on laaja lukijakuntansa.

Varmasti suuressa kuvassa jossakin vaiheessa tilausmaksuista ja erityisesti verkon maksullisesta sisällöstä tulee entistä merkittävämpi osa tulonmuodostusta. Silloin yleisösuhteen hyvä hoitaminen ja paikallisuus tulevat korostumaan aivan uudella tavalla. (Päätoimittaja D.)

Päätoimittajat uskovat, että 2020-luvun aikana toimittajien työstä tulee entistä vaativampaa ja monipuolisempaa. He ovat myös melko varmoja, että tuolloin tekijöitä on

vähemmän, vaikka pieniä yksityiskohtia on tehtävänä enemmän. Tärkeimpänä piirteenä tulevaisuuteen katsoessaan he pitävät brändin ja yleisösuhteen hoitoa, jotta yli sata vuotta vanhoille sanomalehdille löytyy yleisö tulevaisuudessakin.

Väkeä tulee olemaan vähemmän, mutta varmasti tapa tehdä journalismia on tulevaisuudessa monipuolisempaa. Siinä ollaan vielä nyt niin vahvasti kiinni perinteisen paperilehden maailmassa: meillä on teksti ja kuva ja uutinen nähdään ja hahmotetaan tekstin kautta. Uskon, että tulevaisuudessa erilaiset videot, graafit ja ääni tulevat olemaan huomattavasti nykyistä isompi juttu journalismissa. (Päätoimittaja D.)

Päätoimittajat uskovat, että kilpailu yleisöistä ja tilaajista kiristyy tulevaisuudessa entisestään. Pärjätäkseen kovassa kisassa tulee sanomalehtien erottua joukosta edukseen muun muassa erityisellä osaamisella, paikallisuudella, uusilla keinoilla esitellä tietoa sekä itse tekijöiden identifioitumisella tietyn mediatalon väeksi.

En tiedä, onko henkilöbrändi sopiva ilmaus, mutta uskon journalistien työn kehityvän siihen suuntaan. Luotan vahvasti sen tuomaan lisäarvoon, koska kaikkeen tekemiseen täytyy tuoda jonkinlaista lisäarvoa, jotta ihmiset ovat siitä halukkaita maksamaan. Niin se on varmasti yksi keino, että toimittajat ovat jollain tavalla erikoistuneita, ja siten sekä heidän kasvonsa että tuottamansa journalistinen työ yhdistetään juuri siihen sanomalehteen, positiivisessa mielessä. (Päätoimittaja C.)

Suuri osa suomalaisyrityksistä hoitaa tänä päivänä oman tiedottamisensa ansiokkaasti. Useissa yrityksissä työskentelee lahjakkaita viestinnän ammattilaisia ja sisällöntuottajia hoitamassa yrityksen viestintää. Päätoimittajat huomauttavat, että jos sanomalehtien ja muiden uutismedioiden toimittajilla ei ole mitään lisäannettavaa yritysviestinnän osaamisen päälle, lehtiä ei tulevaisuudessa ole.

Päätelaitteet vaihtuvat, työtavat, kuten data ja sen analysointi, tuovat paljon kättä pidempää. Tarvittaessa analysointi muuttaa enemmän tai vähemmän sitä mitä tehdään, mutta korostan silti, että me pidämme kiinni journalistin ohjeista ja journalismin periaatteista. (Päätoimittaja A.)

Yleisenä kehityksenä päätoimittajat uskovat, että alan konsolidoituminen tulee jatkuamaan entistä vahvempana. Päätoimittajien johtamat sanomalehdet ovat kaikki siirtyneet Lännen Median yhteistoimituksen osakkaiksi. Vuonna 2014 perustettu Lännen Media onkin erinomainen esimerkki alan konsolidoitumisesta: yhdistämällä voimiaan valtakunnallisessa uutisoinnissa sanomalehdet vapauttavat enemmän resursseja keskittymään alueelleen merkittäviin paikallisiin uutisiin. Osa päätoimittajista arvelee useampienkin sanomalehtien yhdistyvän tulevaisuudessa ja erityisesti sisältöyhteistyön kasvavan.

5.2 Tulevaisuuden teknologiat

Tulevaisuuden myötä toimituksiin tulee myös tulevaisuuden teknologiaa. Osa päätoimittajista muistaa vielä aikaa, kun päätelaitteet vasta saapuivat toimituksiin ja vain harvassa oli verkkoyhteys. Nyt tulevaisuuden palasia ovat muun muassa robotiikka ja tekoäly. Jo vuosia työntekijöitä on peloteltu uhalla, että ne jättäisivät perinteiset ahertajat työttömiksi.

Mielestäni keinoälyä ja robotiikkaa ennemmin yliarvioidaan kuin vähätellään. Meidän tavallaan elämme sellaista aikaa, että meillä ei ole koskaan ennen ollut tällaista määrää materiaalia käytettävissämme. Robotiikan pitäisi olla sellaista, että se kerää tietoa toimittajan hyödynnettäväksi. (Päätoimittaja E.)

Viiden päätoimittajan mielestä ajatus siitä, että robotti tai tekoäly korvaisi toimituksessa työskentelevän käsiparin kokonaan on absurdi. Viimeisten kymmenen vuoden aikana suoritettujen yhteistoimintaneuvotteluiden ja irtisanomisten avulla toimituksen vahvuus on viilattu terävimmilleen, eikä sanomalehtien toimituksista löydy tekijöitä, joiden työtehtävät ovat niin yksipuolisia, että he olisivat korvattavissa robotiikalla.

Ei ole kysymys siitä, että tulisi olemaan jokin robotti, joka tekisi juttuja, ja sitten ihmistä ei tarvittaisi niitä kirjoittamaan. Siitä ei ole missään nimessä kysymys, vaan ennen kaikkea robotiikalla ja muulla ohjelmistoautomaatiikalla hoidetaan sellaisia toistuvia asioita, joita ihminen ei ehdi tehdä. (Päätoimittaja D.)

Tekoäly on jo rantautunut uutistoimituksiin meillä ja maailmalla. Suomessa robottiuutisten tekemisen aloitti syksyllä 2016 ruotsinkielinen HSS Media. Rosalinda-ohjelmisto tekee uutisia jalkapallo-otteluiden tuloksista. Onnettomuus- ja tilinpäätösuutisointia robotiikka tekee jo esimerkiksi Helsingin Sanomissa ja Kauppalehdessä. Aamulehdessä robotiikka seuloo toimittajan puolesta kaupunginhallituksen ja lautakuntien esityslistoja ja hälyttää toimitusta, kun määritetty asiasana ilmenee teksteissä. (Koho 2017.) Päätoimittajat ennustavat sellaista käyttöä robotiikalle myös 2020-luvulla: tekoäly voi käydä läpi kymmeniä tuhansia sivuja materiaalia ja tarjota toimittajalle sieltä oleelliset asiat, mutta jää apuvälineen rooliin. Tekoäly ei kuitenkaan tule korvaamaan toimittajaa, koska se ei kykene joustavaan ajatteluun, empatiaan tai kohtaamaan ihmistä ihmisenä.

Jos muistellaan parin, kolmenkymmenen vuoden päähän, työtä tehtiin huomattavasti vähemmällä tietämyksellä. Uutiset kirjoitettiin suunnilleen sen pohjalta, mitä haastateltavat olivat kertoneet tai mitä jossakin infotilaisuudessa oli kerrottu, mitä juttuja arkistosta löytyy aiheesta ja mitä tietosanakirja sanoo asiasta. Puhelinluettelo oli toimittajan tärkein työkalu. Nythän se tiedon tulva on täysin erilaista, ja jonkun pitäisi sitä jalostaa ja löytää sieltä ne oleelliset asiat. Siihen tiedonkeruuseen robotiikka ja keinoäly ovat erinomaisia työkaluja. (Päätoimittaja E.)

6 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä paikallisesti merkittävien sanoma-lehtien päätoimittajat ajattelevat alansa nykytilasta ja tulevaisuudennäkymistä. Median digitaalinen murros on väistämättä vaikuttanut alaan kahden viime vuosikymmenen aikana. Se on haastanut ansaintamalleja ja mediaorganisaatioita aivan uudella tavalla. Opinnäytetyöprosessin aikana selveni, että kyse on evoluutiosta, jossa verkossa julkaistu sisältö kehittyy luontevaksi jatkeksi painetulle tuotteelle. Juuri siksi vastavalmistuvilta toimittajilta odotetaan uudenlaista teknistä osaamista ja kykyä ymmärtää ja hallita verkon maailmaa.

Päätoimittajat myönsivät haastatteluissa toimitustensa muuttuneen 2010-luvulla merkittävästi, kun suuri osa, joissakin organisaatioissa jopa lähes kolmannes, lehden tekijöiden joukosta on joutunut irtisanotuksi taloudellisista syistä. Pyrin selvittämään, ovatko toimittajien tulevaisuudennäkymät todella niin synkät kuin alalla jatkuvasti toteutettavat yhteistoimintaneuvottelut ja irtisanomiset antavat ymmärtää. Päätoimittajat antoivat valmistuville journalisteille kuitenkin toivoa. He muistuttivat, että eläkkeelle jäävien konkareiden tilalle tarvitaan toimituksiin uutta verta, sillä laadukasta journalismia ei synny ilman lahjakkaita tekijöitä.

Pyysin haastateltuja kertomaan, minkälaisia toimittajan alkuja he ovat kohdanneet toimituksissaan vuosien varrella ja minkälaisia toivoisivat kohtaavansa tulevaisuudessa. Haastatteluissa selvisi, että vaikka vaatimukset päteville toimittajille ovat kovia, intohimo alaa kohtaan ja jatkuva itsensä kehittäminen tukevat nuorten journalistien työllistymistä. Yksi asia, jonka opin tämän opinnäytetyöprosessin aikana on, että olennainen osa tällä alalla työskentelyä on ikuinen uuden oppiminen. Toimittaja ei voi milloinkaan sulkea silmiään kehitykseltä ja kuvitella kaiken pysyvän ennallaan. Toimenkuvat tulevat muuttumaan tulevaisuudessa vielä useita kertoja, ja itsensä kehittäminen on elintärkeää voidakseen pysyä alalla. Päätoimittajien luettelemat vaatimukset alalla työskentelylle saattavat kuulostaa rankoilta ja liian vaativilta nuorelle toimittajalle. Lannistua niistä ei silti kannata, sillä arvokas työntekijä ei todellisuudessa milloinkaan ole valmis, vaan oppiminen on elinikäistä.

Päätoimittajien haastatteluista nousi esiin myös yllättäviä pointteja. Sosiaalisen median maailmassa ja erilaisten vaikuttajien noustessa ihmisten tietoisuuteen ja vaikuttaessa ihmisten kulutuskäyttäytymiseen henkilöbrändistä on tullut olennainen käsite. Osa pää-

toimittajista oli sitä mieltä, että myös sanomalehtien toimittajien henkilöbrändin merkitys tulee kasvamaan. Toimittaja, jolla on tietynlaista erityisosaamista ja jonka persoona tunnetaan, voi houkuttaa uusia lukijoita lehden pariin.

Päätoimittajat muistuttivat haastatteluissa myös journalistien ylimielisyydestä ja siitä, miten ammattilaisten tulisi pitää mielessä, kenelle journalismia tehdään. Oivalsin, että journalistit harvoin tarkastelevat omaa työtään lukijan kriittisestä näkökulmasta, ja aion kehittää omaa osaamistani sen suhteen. Journalismilla ei ole itseisarvoa, vaan yleisö päättää, mikä on laadukasta journalismia. Haastatteluissa kävi myös ilmi, että päätoimittajat uskovat lehtien ja mediaorganisaatioiden välisen yhteistyön merkityksen kasvavan tulevaisuudessa. Uskon, että tämänkaltainen kehitys vaikuttaa siihen, miten journalistien tulisi suhtautua niin kutsuttuihin kilpailijoihin. Myös alan huterat työllisyysnäkymät korostavat sitä, että media-alan ammattilaisen ei missään nimessä kannata polttaa siltoja hankkiutumalla huonoihin väleihin tietyn mediatalon edustajien kanssa.

Toivoin myös, että opinnäytetyöstäni olisi tulevaisuudessa hyötyä alan opiskelijoille sekä opetuksesta vastaaville henkilöille. Halusin luoda tulevaisuuden toimittajiin toivoa ja uskoa tulevaan: siihen, että ahkerat ja periksi antamattomat ammattilaiset löytävät kyllä jalansijan haaveilemaltaan alalta, vaikka alan tulevaisuus näyttäisi kuinka harmaalta. Halusin tuoda opinnäytetyölläni apua tulevien opetussuunnitelmien kehittämiseen, jotta korkeakoulussa ymmärrettäisiin paremmin, minkälaisia valmiuksia opiskelijoilta odotetaan työelämässä. Uskon, että työstäni löytyy paljon hyödyllistä tietoa ja vastauksia usean journalismin opiskelijan mieltä askarruttaviin kysymyksiin.

Ihmiset tulevat aina olemaan kiinnostuneita heitä ympäröivästä maailmasta ja erityisesti paikallisesti merkittävistä asioista. Lukijoiden palveleminen laadukkaalla journalismilla on sanomalehtien tärkein tehtävä, eikä se tule muuttumaan alan muiden muutosten mukana. Tulevaisuus tulee ottaa vastaan avoimin mielin, sillä kuten useat päätoimittajat totesivat, se tuo mukanaan lukuisia uusia mahdollisuuksia ja innovaatioita tarjota lehtien tilaajille entistä monipuolisempaa journalismia, mikä puolestaan saattaa jopa nostaa alan taloudellisen tilanteen sudenkuopastaan.

Media ja journalismi elävät ympäröivän yhteiskunnan mukana, peilaavat ja tulkitsevat sitä. Sosiaalisen median kasvaessa entisestään ja teknologian kehittyessä uusiin mitta-
luokkiin voi vanhaa paperista sanomalehteä pitää ajastaan tippuneena ja vanhanaikaisena muinaismuistona. Kuten päätoimittajien vastauksista tässä opinnäytetyössä käy ilmi, sanomalehti ei kuitenkaan ole vain nippu takansytykettä, vaan organisaatiot ovat

halukkaita kehittymään ja palvelemaan yleisöjään myös tulevaisuudessa. Kysyntä laadukkaalle journalismille ja sen tekijöille ei tule katoamaan tulevaisuudessakaan.

LÄHTEET

Aineistolähteet

- Päätoimittaja A. Henkilökohtainen tiedonanto. Haastattelu 27.3.2019.
- Päätoimittaja B. Henkilökohtainen tiedonanto. Haastattelu 21.3.2019.
- Päätoimittaja C. Henkilökohtainen tiedonanto. Haastattelu 29.3.2019.
- Päätoimittaja D. Henkilökohtainen tiedonanto. Haastattelu 21.3.2019.
- Päätoimittaja E: Henkilökohtainen tiedonanto. Haastattelu 10.4.2019.

Kirjalliset lähteet

- Haaga-Helia. n.d. Tutkinnot, Journalismikoulutus, medianomi (AMK). Verkkosivu. Viitattu 16.4.2019. <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/amk-tutkinto/journalismikoulutus>
- Heinonen, S. & Ruotsalainen, J. 2015. KUDOS – Median ja journalismin viriäviä tulevaisuuksia. MEDEIA-hankkeen loppuraportti. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Turun yliopisto. Viitattu 17.4.2019.
- Honkonen, M. 2017. Viestintäala houkuttelee yhä toimittajia. Viitattu 7.3.2019. <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2017/8/viestintala-houkuttelee-yh-toimittajia/>
- Journalisti-lehti. 1/2017–14/2018. Ammattilehdessä julkaistut työpaikkailmoitukset. Viitattu 26.4.2019.
- Julkisen sanan neuvosto. 2013. Journalistin ohjeet ja liite. Viitattu 26.4.2019. https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/
- Koho, S. 2017. Tekoäly tulee, olen valmis! Viitattu 17.4.2019. <https://www.marmai.fi/uutiskommentti/tekoaly-tulee-journalismiin-olen-valmis-6635331>
- Kokkonen, M. 2015. Näppituntumalla tulevaisuuteen – päällikkötoimittajien näkökulma median murrokseen sanomalehdissä. Pro gradu -tutkielma. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Tampere: Tampereen yliopisto. Viitattu 4.3.2019. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201503161173>
- Lintula, A. & Valkama M. 2009. Nuoren toimittajan eloonjäämisopas. Ensimmäinen painos. Jyväskylä: Ajatus Kirjat. Viitattu 17.4.2019.
- Matikainen J. 2011. Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet. Ensimmäinen painos. Helsinki: TAT-ryhmä / Infor Oy. Viitattu 4.3.2019.
- Media Audit Finland Oy. 2019. Kansallinen mediatutkimus KMT 2018. Viitattu 14.4.2019. <http://mediaauditfinland.fi/75-suomalaisista-lukee-painettua-sanomalehtea-tai-aikakauslehtea-joka-viikko/>
- Medialiitto 2019. Median nykytila 2018. Medialiiton toimialastrategian taustaraportti. Viitattu 14.4.2019. https://docs.wixstatic.com/ugd/88acdf_a23d06d588364f4285e88d8a4d26a366.pdf

Suomen Journalistiliitto. 2018. SJL:n työmarkkinatutkimus 2018. Espoo: Kantar TNS Oy. Viitattu 13.4.2019.
https://journalistiliitto.fi/wp-content/uploads/2018/10/220401648_sjl_ty%C3%B6markkinatutkimus_2018_yhteenveto.pdf

Tampereen yliopisto. n.d. Oppiaineen esittely, Journalistiikka. Verkkosivu. Viitattu 16.4.2019.
<http://www.uta.fi/cmt/esittely/tiedotusoppi.html>

Turku AMK. n.d. Tutkinnot, Medianomi (AMK), Journalismi. Verkkosivu. Viitattu 16.4.2019
<http://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/medianomi-amk-journalismi/>