



Niina Koskela

PRINTISTÄ PÄÄTELAITTEILLE

Millainen on lehtiartikkelin tie eri päätelaitteille?

PRINTISTÄ PÄÄTELAITTEILLE

Millainen on lehtiartikkelin tie eri päätelaitteille?

Niina Koskela
Opinnäytetyö
Syksy 2011
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Tekijä: Niina Koskela

Opinnäytetyön nimi: Printistä päätelaitteille. Millainen on lehtiartikkelin tie eri päätelaitteille?

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää, Pasi Särkelä

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: syksy 2011. Sivumäärä: 47+4 liitesivua

TIIVISTELMÄ

Tutkielmassani tutkin aineiston jakelua eri päätelaitteille. Millä tavalla sanoma- ja aikakauslehtien pääelinkeino, painettu lehti, versioidaan eri päätelaitteille? Miten sisältö muuttuu? Millaisia painotuksia eri välineille tehdään? Mitä lisäarvoa eri päätelaitteet antavat lehtijutuille? Olisiko aika jo tuottaa sisältöä lukulaitteille?

Jotta uutisten lukeminen eri välineistä olisi lukijalle mielekästä ja uutisista oltaisiin valmiita myös maksamaan, tulisi juttujen sisältö vaihdella eri päätelaitteissa. Tutkimuksessani kävi ilmi, että versiointia harjoitetaan kuitenkin vähän toimituksissa. Yleisesti vallitseva resurssipula johtaa siihen, että kaikki mahdolliset työvaiheet automatisoidaan.

Juuri nyt toimituksissa uskotaan, että lukulaitteet lyövät itsensä läpi: kaikki lehdet haluavat olla mukana tekemässä sisältöjä niihin. Toiset panostavat lukulaitteisiin enemmän, toiset vähemmän.

Tutkielma perustuu haastatteluihin. Ääneen pääsevät Kalevan verkkotuottaja Niiles Nousuniemi, Keskipohjanmaan päätoimittaja Lassi Jaakkola, Koillissanomien päätoimittaja Petri Karjalainen ja Suomen Kuvalehden päätoimittaja Tapani Ruokanen. Lehdet ovat erikokoisia ja niiden kohderyhmät vaihtelevat. Vallalla oleva murros mediamaailmassa koskettaa kuitenkin niistä jokaista.

Opinnäytetyön produktio-osuudessa tutkin ja pohdin, kuinka juttuja voisi versioida eri välineille, elleivät resurssit rajoittaisi toimitusten työntekoa.

Avainsanat: journalismi, versiointi, mediakonvergenssi, mobiilit päätelaitteet, lukulaitteet.

Author: Niina Koskela

Title of thesis: From Printed Paper into Devices. What Is the Way of a Printed Article into Different Devices?

Supervisor: Pertti Sillanpää and Pasi Särkelä

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2011

Number of pages: 51

ABSTRACT

In this thesis articles delivered into different devices are studied. How could the primary industry of newspaper and magazine – a printed paper – be varied into different devices. How does the content change? What kind of emphasizes are made in different devices? What added value does different devices give to articles? Is it time to produce content also to tabloids?

The contents of articles should vary in different devices so that people would be willing to pay for them and reading would be a pleasure instead of reading the same things from every device. It occurred that editing articles for different devices is pretty rare among editorial staff. That is because editing offices lack of resources and every possible stage are automated.

Right now it is believed in editorial offices that tabloids will become popular. Every newspaper and magazine wants to take part in making contents to tabloids. Some of them make more of an effort than others.

This study is based on interviews. Niiles Nousuniemi, as internet producer in newspaper Kaleva, Lassi Jaakkola the editor-in-chief in newspaper Keskipohjanmaa, Petri Karjalainen the editor-in-chief in local newspaper Koillissanomat and Tapani Ruokanen the editor-in-chief in magazine Suomen Kuvalehti were interviewed. The sizes and target groups of these papers vary. However, prevailing breaking point in the media world affects every one of them.

In this thesis it is explored and considered how articles could be varied in different devices only if resources would not limit the work of editorial staff.

Keywords: journalism, varying articles, media convergence, tabloids, mobile phones.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	6
2 VERSIOINTI JOURNALISMISSA.....	8
3 NYKYTILANNE	10
3.1 Printti.....	10
3.2. Verkko.....	11
3.3. Lukulaitteet.....	12
3.4. Mobiilit päätelaitteet	13
4 MENETELMÄ JA AINEISTO	15
5 HAASTATTELUJEN ANTI.....	17
5.1. Mikä erottaa ilmaisen verkkolehden ja printtilehden?.....	17
5.2. Millaisista elementeistä toimiva nettijuttu rakentuu?	20
5.3. Miten klikkauksia tavoitellaan?.....	22
5.4. Paljonko netti tuo takaisin sinne uhratuista rahoista?	23
5.5. Millaista sisältöä mobiileihin päätelaitteisiin tuotetaan?.....	25
5.6. Millaisia juttuja lukulaitteille tuotetaan?	26
5.7. Millaisia painotuksia eri päätelaitteille tehdyille jutuille tehdään?	28
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	31
7 PRODUKTIO	33
8 POHDINTAA	38
8.1. Haastattelumenetelmistä.....	38
8.2. Printin ja verkkolehden eroista	38
8.3. Hyvän jutun ainekset.....	40
8.4. Mobiili jäämässä lukulaitteen varjoon?.....	41
8.5. Lukulaitteisiin panostetaan, vai panostetaanko?	42
LÄHTEET	45
LIITTEET	

1 Johdanto

Internet mullisti tullessaan sanoma- ja aikakauslehtien roolit tiedonvälittäjinä. Ennen lehdet olivat eläneet tulevassa. Toimituksissa tehtiin pelkästään seuraavan päivän tai aikakauslehtien tapauksessa ilmestymispäivän lehteä ja hyväksyttiin se, että radio ja televisio voittavat tiedonvälityksen nopeudessa menen tullen. Tapani Huovilan kuvaus sanomalehdestä kokoavana uutisvälineenä oli tuolloin osuva: ”Sanomalehdet tekevät yhteenvedon siitä, mitä viimeisen vuorokauden aikana on tapahtunut. Sanomalehti lopettaa varsinaisen uutisvuorokauden.” (Huovila 2001, 42.) Verkon myötä printtilehdillä oli mahdollisuus perustaa rinnalle verkkolehti ja päivittää uutisia reaaliaikaisesti. Tiedonvälityksen nopeudesta alettiinkin kilpailla tavalla, jota ei koskaan aiemmin ollut nähty.

Verkon käyttö tiedonhankinnan välineenä yleistyi siinä määrin, että lehdet havahtuivat levikkien laskuun. Toimituksissa alettiin ankarasti miettiä, miten lehdet saataisiin pidettyä kannattavina, kun kaikki tieto on luettavissa reaaliaikaisesti ja ilmaiseksi internetistä.

Aikakauslehdet ovat olleet siitä onnellisessa asemassa, että ne eivät ole koskaan avanneet lehtien sisältöjä yhtä laajasti ilmaiseksi verkkoon kuin sanomalehdet. Aikakauslehtien kohderyhmä on monesti hyvin rajattu ja ne keskittyvät usein sanomalehtiä ajattomampiin juttuihin, ja näistäkin syistä lehtien asemat eivät ole missään vaiheessa totaalaisesti romahtaneet.

Ennen kuin verkkouutisten ilmaisjakeluun ehdittiin kunnolla keksiä tapa ansaita rahaa, tuli rinnalle jo seuraava kysymys: millaista sisältöä jatkuvasti yleistyviin lukulaitteisiin pitäisi tarjota ja millä resursseilla? Rajusti kasvavat jakelukustannukset uhkaavat varsinkin haja-asutusalueilla ilmestyviä pieniä paikallislehtiä. Sähköisten näköislehtien tekeminen ja jakaminen on lehdille huomattavasti halvempaa ja kannattavampaa:

Loviisan Sanomien vuositilaus maksoi viime vuonna 68 euroa. Sillä sai

vuoden aikana runsaat 100 lehteä eli yksi lehti maksoi 68 senttiä. Sen painaminen maksoi noin 26 senttiä ja jakaminen noin 33 senttiä. Paperilehden tilauksen kate oli noin 9 senttiä eli vuositasolla 9 euroa. Samaan aikaan myydyn 100 digilehden vuositilaushinta oli 100 euroa eli 1 euro per kappale. Digilehdestä peritään 23 prosentin arvolisäveroa. Sen ja palvelun tarjoajan myyntiprovision jälkeen paikallislehti sai yhdestä vuositilauksesta noin 60 euroa. (Henriksson 2011, 20.)

Tämä tutkielma käsittelee juttujen versioinnin haasteita. Millaista sisältöä verkkolehteen tulisi kirjoittaa? Olisiko aika tuottaa sisältöä myös iPadiin ja muihin lukulaitteisiin? Miten koetaan murros, jossa elämme? Millä resursseilla ja tekniikalla haasteisiin ollaan vastaamassa? Miten uudet päätelaitteet vaikuttavat toimituksen työntekoon? Tutkielman pääpaino on eri päätelaitteille versioitujen juttujen sisällöissä, mutta kun on kyse versioinnista, lehtien resursseja ei voi sivuuttaa.

Tutkielmani on kartoittava ja perustuu pääsääntöisesti lehtien esimiesasemassa olevien henkilöiden haastatteluihin. Maakuntalehdistä haastattelen Keskipohjanmaata ja Kalevaa. Suomen Kuvalehteä haastattelen, jotta voin tutkielmassani tuoda esille myös valtakunnallisen aikakauslehden näkökulmaa. Lisäksi Koillissanomien päätoimittaja kertoo, millaiselta kehityksessä mukana pysyttelemisen tuntuu pienestä paikallislehdestä. Suomen Kuvalehti, Kaleva, Keskipohjanmaa ja Koillissanomat tuottavat sisältöä kenties hieman eri kohderyhmille, mutta versioiminen ja juttujen tekeminen eri päätelaitteille askarruttavat niistä jokaista.

Opinnäytetyön produktio-osassa tutkin käytännössä saman jutun versioimista paperilehteen, verkkoon ja lukulaitteeseen sopivaksi.

2 Versiointi journalismissa

Lehdet ovat nykyisin usein monialaisia mediayrityksiä, jotka harrastavat monikanavajulkaisemista. Näin myös versiointi on nykyisin arkipäivää jokaisessa toimituksessa. Tiedotusvälineet haluavat olla mukana tekemässä sisältöä jokaiselle päätelaitteelle ja jakelukanavalle. Kilpailu lukijoista ja tiedonvälityksen nopeudesta on niin ankaraa, ettei mikään toimitus halua jättäytyä pois kehityksen kelkasta, vaan kaikessa on oltava mukana.

Jotta uutisten lukeminen eri välineistä olisi lukijalle mielekästä ja uutisista oltaisiin valmiita myös maksamaan, tulisi juttujen sisällön vaihdella. Juttujen pituudet lehdissä ovat usein matkapuhelinsähkeisiin nähden pidempiä. Verkossa ei välttämättä ole sanallisesti matkapuhelinuutista enemmän tekstiä, mutta jutun kärki voi olla eri tai verkossa tekstin lisänä on aiheeseen liittyen kuvagallerioita ja videoita. Ideaalissa tilanteessa jokainen päätelaite täydentää toistaan jollain tapaa.

Monikanavajulkaisemisen yhteydessä voidaan puhua mediakonvergenssista, joka tosin voi käsitteenä tarkoittaa monia eri asioita. Media tarkoittaa yleensä joukkotiedotusvälineitä, viestin välittäjiä tai ylipäätään tiedonvälitystä. Konvergenssi puolestaan tarkoittaa joidenkin asioiden lähenemistä toisiaan kohtaan. (Median maailma 2011, hakupäivä 15.10.2011.) Kun lehden toimituksessa eri päätelaitteet ja tekniikka lähenevät toisiaan, myös eri päätelaitteille tuotetut sisällöt lähenevät toisiaan.

Versioinnista on kirjoitettu hyvin vähän, siksi tutkielmani perustuu haastatteluihin. Helsinkiläinen digimedian ja verkkoviestinnän asiantuntija Tuija Aalto kertoo versioinnista kuitenkin näin: ”Versiointi on digitaalisten tuotantojärjestelmien myötä yleistynyt käytäntö, jossa yhdestä jutusta muokataan eri versioita eri kanaville tai saman kanavan eri lähetyksiin” (Aalto 2009, hakupäivä 22.9.2011).

Versiointia on televisiojutun muokkaaminen radiojutuksi, syventävän lehtijutun

muokkaaminen verkkosähkeeksi tai vaikka radiojutun pohjalta versioitu lehtijuttu. Rajaan tutkielmaani jättämällä radion ja television pois ja keskityn lehtiartikkelin versiointiin. Sanoma- ja aikakauslehdissä juttujen versiointi verkkolehteen on ollut arkipäivää jo hyvän tovin, mutta tutkin myös uusien päätelaitteiden, kuten kännykän, iPadin ja muiden lukulaitteiden tuomia haasteita.

Metropolia ammattikorkeakoulun AV-mediatuotannon opiskelija Toke Lahti (2010) on tutkinut viime vuonna pistedokumentin versiointia. Tutkielmani ei käsittele AV-tuotannon versiointia, mutta versioinnin pääperiaatteet ovat samat lehtipuolellakin. Lahti jakaa versioinnin kolmeen pääryhmään: erilaisiin teknisiin jakelumuotoihin, alueellisesti vaihteleviin versioihin sekä erikestoisiin versioihin, joissa teoksen pituutta on muutettu tilanteeseen sopivammaksi. Lehtipuolella tosin versiointi erilaisiin teknisiin jakelumuotoihin ja versiointi, jossa teoksen pituutta on muutettu tilanteeseen sopivaksi, ovat lähellä toisiaan.

Tutkielmassani pohdin lehtijuttujen muokkaamista erilaisiin teknisiin jakelumuotoihin sekä eripituisiin versioihin. Tutkielmani pääpaino ei ole alueellisesti vaihtelevissa versioissa, vaikkakin maakuntalehdissä yritetään ajatella valtakunnallisia uutisia paikallisella tasolla, ja toimituksissa mietitään päivittäin, miten jokin uutinen voitaisiin paikallistaa.

Jani Timonen Tampereen yliopistosta käsitteli jo vuonna 2003 pro gradu – tutkielmassaan maakuntalehtien mediakonvergenssia. Paljon on ehtinyt kuitenkin tapahtua alalla sen jälkeen. Vaikka Timosen tutkielma ei ole enää kovin ajassa kiinni, antaa se silti hyvän kuvan siitä, kuinka samojen kysymysten ja asioiden äärellä on painittu jo 2000-luvun alussa.

3 Nykytilanne

3.1. Printti

Uusimman, syyskuun puolivälissä julkaistun Kansallisen Mediatutkimuksen (KMT) mukaan keskimääräisen viikon aikana 12 vuotta täyttäneistä suomalaisista 7,7 prosenttia luki sanomalehtiä ja 4,2 prosenttia aikakauslehtiä matkapuhelimella. Lukulaitteilla sanomalehtien ja aikakauslehtien sisältöjä luki samassa ajassa noin prosentti suomalaisista. Tietokoneella sanomalehden sähköistä sisältöä luki yli puolet ja aikakauslehden sisältöä kolmannes suomalaisista. Painettua sanomalehteä luki kuitenkin ylivoimaisesti suurin joukko, sillä keskimääräisen viikon aikana sanomalehteä luki 94,3 prosenttia. Painettua aikakauslehteäkin luki peräti 80 prosenttia yli 12-vuotiaista suomalaisista. (KMT 2011, hakupäivä 30.9.2011.)

Uusin, vuoden 2011 syksyllä tehty Kansallinen Mediatutkimus osoittaa, että painettu sana ainakin vielä toistaiseksi kiinnostaa ja kannattaa, ja suurin osa suomalaisista haluaa edelleen lukea uutisensa painetusta lehdestä. Painettujen lehtien lukijamäärät ovat myös pysyneet viime vuodet Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan melko tasaisina, vaikkakin levikkien lasku on ollut viimeisen kymmenen vuoden aikana tosiasia monessa lehtitalossa. (KMT 2011, hakupäivä 30.9.2011.)

Kalevan levikki on laskenut kymmenen vuoden aikana 82 842:sta 78 216:een. Keskipohjanmaalla pudotusta on tullut 28 915:sta 25 479:een. Suomen Kuvalehdellä levikki on laskenut 101 380:sta 88 667:een. Koillissanomien tilaajien määrä on vähentynyt 8 401:sta 7 155:een (Levikintarkastus 2011, 30.9.2011.) Lukemat ovat vuosilta 2000 ja 2010. Ainoastaan Koillissanomien levikkiä ei vuodelta 2000 ollut saatavilla, joten luku 8 401 on peräisin vuodelta 2001. Yllättäen juuri Koillissanomien levikkilasku on prosentuaalisesti joukon suurin (-14,8), vaikka pienillä paikallislehdillä yleensä on kaikkein uskollisin lukijakunta. Koillissanomat on kuitenkin paikallislehtien joukossa suhteellisen suuri tekijä, sillä se ilmestyy viitenä päivänä viikossa kolmen eri kunnan alueella.

3.2. Verkko

Useilla lehdillä on omia näköislehtiä, joita tilaamalla päivän lehden voi lukea verkossa omilla tunnuksillaan. Maksullisen sisällön tuottaminen lehtien verkkosivuille onkin ollut viime vuosina kiivaana puheenaiheena.

Keskisuomalainen siirsi vuoden 2010 syksyllä kokeilumielessä lehden omia juttuja verkkoon maksullisiksi. Lehden tarkoituksena oli jakaa lehden verkkosivut vuonna 2011 maksulliseen ja maksuttomaan osaan. Kestotilaaajille verkkolehti näyttäytyisi kokonaisena.

Verkon sisällön siirtämistä maksulliseksi kuitenkin pelätään, sillä ilmainen tieto ja suuret kävijämäärät ovat houkutteleet paljon lehdille elintärkeitä mainostajia. Näiden pelätään perääntyvän, jos mainospaikka muuttuu yleisölle maksulliseksi. Sanomalehtien Liiton johtaja Pasi Kivioja on arvellut, että edes verkon ja paperilehden sisältöjen täydellinen eriyttäminen ei helpota sanomalehtien ongelmavyöhytiä:

Kun ihminen lukee iltapäivälehtien verkkosivut ja piipahtaa vielä vaikkapa Hesarin sivuilla, hän on jo kylläinen, eikä hänelle välttämättä tule enää mieleen ostaa lehteä. Jos ihmiset jostakin haluavat maksaa, erilaiset teemojen ympärille perustetut verkkoyhteisöt ja esimerkiksi pelit voivat olla niitä. (Porttinen 2010, hakupäivä 20.9.2011.)

Taloustieto on yksi erikoisalue, josta ihmiset ovat olleet suostuvaisia maksamaan jo jonkin aikaa. Esimerkiksi Kauppalehti on myynyt tietoa yrityksistä ja pörssistä jo vuosia. Monet lehdet, kuten Kaleva paljastaa verkossa pienen osan oman toimittajan tekemästä jutusta ja kehottaa lukemaan loput seuraavan päivän lehdestä. Tällaisten hännäävien tekstien pätkien tarkoituksena on herättää lukijan mielenkiinto niin, että se hankkii käsiinsä seuraavan päivän lehden paperisena.

Verkkolehdistä useimmat ovat niin sanottuja toisen asteen verkkolehtiä, joissa on paperilehden uutisten lisäksi paljon muutakin tavaraa:

Toisen vaiheen verkkolehdissä myös lukijan ääni kuuluu esimerkiksi

keskustelufoorumilla tai yleisönosastossa. Toisen vaiheen verkkolehteä voisi luonnehtia lehdeksi, jossa on selkeästi ryhdytty kehittämään ilmaisua verkkoon soveltuvaksi käyttämällä sille ominaisia keinoja. (Karhu 2006, 14.)

3.3. Lukulaitteet

TNS Gallupin vuonna 2010 tekemä Sähköisten lukulaitteiden lukijatutkimus osoittaa, että 20 prosenttia suomalaisista ei ole kuullut lukulaitteista. Ainoastaan yhdellä prosentilla oli tutkimuksen aikaan itsellä tai taloudessa käytössä lukulaite. 82 prosenttia vastanneista ei ollut koskaan käyttänyt lukulaitetta, 14 prosenttia oli nähnyt jonkun toisen kokeilevan ja ainoastaan viisi prosenttia oli kokeillut laitetta itse. 60 prosenttia vastaajista arveli olevan hyvin epätodennäköistä, että tulisi edes käyttämään lukulaitetta seuraavan kahden vuoden aikana vapaa-ajallaan. 62 prosenttia vastaajista piti erittäin epätodennäköisenä sitä, että tilaisi lukulaitteeseen maksullisen version lukemastaan sanomalehdestä. Aikakauslehtipuolelta 65 prosenttia piti vastaavaa tilannetta erittäin epätodennäköisenä. TNS Gallup haastatteli tutkimukseen 1 100 15–64-vuotiasta henkilöä. (Viestinnän keskusliitto 2010, hakupäivä 15.10.2011.)

Uusien päätelaitteiden, eli lukulaitteiden yleistymistä on pidetty ratkaisuna siihen, kuinka lehtien ilmaista sisältöä voidaan tarjota jatkossa maksullisena. Lehdistö on selvästi päättänyt panostaa lukulaitteisiin, vaikka vuosi takaperin tehty tutkimus kertookin kyseessä olevan vielä suomalaisille melko etäisen ja kaukaisen asian.

Viestinnän keskusliitolla on syksyllä 2011 käynnissä eReading Services -hanke, jonka tarkoituksena on luoda:

Sisältö- ja kuluttajalähtöinen tapa maksullisen sanomalehti-, aikakauslehti- ja kirjasisällön jakelemiseksi sähköisillä lukulaitteilla. Käyttäjälähtöisyys, helppokäyttöisyys ja runsas sisältövalikoima ovat sen peruslähtökohtia. (Viestinnän keskusliitto 2011, hakupäivä 20.9.2011.)

Jo nyt Suomen Kuvalehdessä graafikot tuottavat, taittavat ja muokkaavat lukulaitteille räätälöityä sisältöä. Suomen Kuvalehden lukuohjelma, ilmainen näytenumero ja viikoittaiset lehdet ovat ladattavissa Applen kaupassa, App Storessa. Suomen Kuvalehti mainostaa myös tuoreimpien uutiskuvien löytyvän lukulaitteille heidän sivujensa kautta. (Suomen Kuvalehti 2011, hakupäivä 20.9.2011.)

Maakuntalehdistä Kaleva otti syksyllä 2011 iPad-sovelluksen käyttöön. Lukulaitteella voi lukea Kalevan päivän näköislehden. Helsingin Sanomien tapaan Kalevalla uutiset päivittyvät lukulaitteille luettavaksi automaattisesti.

Loviisan Sanomat on ottanut edelläkävijän roolin paikallislehtenä, sillä lehti on panostanut keskimääräistä voimakkaammin sähköisiin jakelukanaviin:

Paikallislehden digitaalinen jakaminen (iPadi, verkkosivut, mobiilit, jne...) on huomattavasti edullisempaa, joustavampaa sekä nopeampaa ja mahdollistaa monien lisäarvopalveluiden liittämisen paikallislehden palveluun. Digitaaliseen paikallislehteen voi liittää videoita, lisäkuvia, ääntä interaktiivisuutta, reaaliaikaisuutta, linkitystä ja muita lisäpalveluita, joihin paperilehti ei pysty. (Henriksson 2011, 19.)

3.4. Mobiilit päätelaitteet

Ihmiset käyttävät syksyllä 2011 enemmän kuin koskaan matkapuhelimia tiedonhakuun. Adagen tekemän tutkimuksen mukaan tietokonetta käytetään edelleen työtehtäviin, sähköpostin kirjoittamiseen ja pankkipalveluihin. Lähes kaikki muu verkkotoiminta, kuten tiedonhaku, karttapalveluiden käyttö ja Facebook hoidetaan yhä useammin älypuhelimella. Tutkimuksen mukaan internetiä käytetään älypuhelimien myötä aiempaa enemmän, mutta tarkoitushakuisemmin ja lyhyempiä aikoja kerrallaan. Tutkimukseen osallistui 301 älypuhelimien käyttäjää. (Adage 2011, 30.10.2011.)

Lehdillä on nykyisin usein m-verkkosivut, joiden avulla näkee internetin kautta verkkolehtien etusivut riisuttuina versioina: kuvia on vähemmän, mutta

asiasisältö on usein samaa. Adagen tutkimuksen mukaan älypuhelinien käyttäjät kokevat verkkosivujen mobiiliversiot usein huonoiksi ja selaavat siksi puhelimillaan mieluummin normaaleja verkkosivuja. Sen sijaan uutissivustojen mobiiliversioita älypuhelinien käyttäjät kyllä käyttävät. (Adage 2011, 30.10.2011.)

Tutkielmaani varten valitsemistani lehdistä kaikki Koillissanomia lukuun ottamatta käyttävät myös mobiiliversiota. Jotkut mediat tarjoavat uutisia asiakkaille myös tekstiviestin muodossa. Esimerkiksi Yleisradio (Yle) mainostaa lähettävänsä päivän tärkeimmät uutiset puhelimeen. Ennen älypuhelimia tämä olikin keskeisin tapa välittää tietoa matkapuhelinten kautta. Yhteydenotto erilaisiin internetin uutisiin oli kyllä myös matkapuhelimilla mahdollista, mutta uutisten luettavuus oli vaikeaa. Matkapuhelinta ja matkapuhelinuutista pidettiinkin tuolloin muita välineitä kenties nykyistä enemmän ruokkivina, koska lyhyt sähkö antoi vastaanottajalle virikkeen saada enemmän tietoa asiasta muista välineistä (Huovila 2001, 45).

4 Menetelmä ja aineisto

Käytän tutkimuksessani kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää.

Laadullisella tutkimusmenetelmällä haetaan ihmisten omia kokemuksia ja kuvauksia heidän kokemastaan todellisuudesta (Vilka 2005, 97.)

Valitsin tutkielmaani varten haastatteluun Suomen Kuvalehden, Keskipohjanmaan, Kalevan ja Koillissanomien esimiesasemassa olevia henkilöitä. Suomen Kuvalehti on tutkielmassa mukana tuomassa aikakauslehden näkökulmaa versiointiin. Suomen Kuvalehti on panostanut poikkeuksellisen paljon lukulaitteisiin, ja siksi lehti on hyvä valinta tutkielmaani varten.

Keskipohjanmaan ja Kalevan valitsin tuomaan tutkielmaani maakuntalehtien näkökulmaa. Kaleva on Suomen neljänneksi isoin päivittäin ilmestyvä sanomalehti, joka lanseerasi syksyllä 2011 oman näköislehtensä iPadiin. Keskipohjanmaan lisäksi samassa konsernissa on Kalajokilaakso, Haapavesi, Kokkola, Lestijoki, Perhonjokilaakso, Nivala, Selänne ja Vieskalainen. Lehdillä on käytännössä identtiset verkkosivut, mutta ei lukulaiteversioita lehdistään. Tekemällä investointeja Keskipohjanmaa saisi samalla kertaa uuden teknologian käyttöön myös kaikille konsernin lehdille. Lehdet ovat sikälikin mielenkiintoisia valintoja tutkimusaineistoksi, että Kaleva ja Keskipohjanmaa kilpailevat osittain samasta levikkialueesta.

Koillissanomat valitsin tutkimusaineistoksi, koska lehti on verrattain pieni muihin valitsemiini lehtiin nähden, eikä sillä ole taloudellisia valmiuksia pysyä tällä hetkellä alan kehityksessä mukana, vaikka onkin osa Joutsen Media -konsernia. Koillissanomat ei tuota sisältöä lukulaitteisiin. Lisäksi Koillissanomatkin toimii Kalevan levikkialueella.

Kalevan levikkialue on koko Pohjois-Pohjanmaa. Vuonna 2010 lehteä tilasi 78 216 taloutta. Lukijoita lehdellä puolestaan on 191 000. (Levikintarkastus 2011, hakupäivä 30.9.2011.)

Keskipohjanmaan levikkialue on koko Keski-Pohjanmaa, mutta koska alueellisesti siihen kuuluu vain kahdeksan paikkakuntaa, joista kaksi on kaupunkia, Keskipohjanmaa ilmestyy myös alueilla, joiden katsotaan kuuluvan kulttuurillisesti Keski-Pohjanmaahan. Näin levikkialueen pohjoisin paikkakunta on Pyhäjoki, eteläisin Perho. Keskipohjanmaan levikki oli vuonna 2010 25 479. Lukijoita lehdellä on noin 75 000. (Levikintarkastus 2011, hakupäivä 30.9.2011.) Valtakunnallisen Suomen Kuvalehden levikki vuonna 2010 oli 88 667. Lukijoita lehdellä puolestaan oli 315 000. (Levikintarkastus 2011, hakupäivä 30.9.2011.)

Koillissanomien levikki oli vuonna 2010 7 155 kappaletta (Levikintarkastus 2010, hakupäivä 30.9.2011). Viisi kertaa viikossa ilmestyvä paikallislehti on paikallislehtien joukossa suhteellisen iso tekijä, mutta maakuntalehtiin ja valtakunnallisiin lehtiin verrattuna toiminta on varsin pientä. Koillissanomien levikkialueeseen kuuluu Kuusamo, Posio ja Taivalkoski.

Haastattelumenetelmäksi valitsin teemahaastattelun, jossa esitän käytännössä samat kysymykset kaikille (liite 1), mutta sovellan kysymyksiä tapauskohtaisesti. Teemahaastattelulle tyypillistä on se, että haastattelun aihepiirit ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 208)

Tein Kalevan verkkotuottaja Niiles Nousuniemen kanssa haastattelun kasvokkain 6. lokakuuta 2011. Loput haastattelut Keskipohjanmaan, Koillissanomien ja Suomen Kuvalehden kanssa tyydyin tekemään puhelimitse ja sähköpostin välityksellä. Keskipohjanmaalta kysymyksiini vastasi päätoimittaja Lassi Jaakkola 13. ja 21. lokakuuta 2011 sekä kuvien käytön osalta valokuvaaja Jukka Lehojärvi 27.10., Koillissanomista päätoimittaja Petri Karjalainen 24. lokakuuta 2011 ja Suomen Kuvalehdeltä päätoimittaja Tapani Ruokanen 13. ja 21. lokakuuta 2011.

5 Haastattelujen anti

5.1. Mikä erottaa ilmaisen verkkolehden ja printtilehden?

Ensimmäiseksi kysyin haastateltavilta, millä tavoin verkossa kaikille ilmaiseksi näytettyvä verkkolehti poikkeaa lehden printtiversiosta. Mitä verkossa on enemmän ja mitä vähemmän verrattuna printtiin? Millaisia juttuja jaetaan ilmaiseksi ja miksi? Yritin myös saada selville, miten printtilehden tarkoitus ja toimintaidea poikkeavat toisistaan ja miten ne tukevat toisiaan.

Kalevan verkkolehti koostuu lehden omasta tuotannosta sekä STT:n uutisista. Verkon sisältöä voi tarkastella osoitteessa www.kaleva.fi. Verkkotuottaja Niiles Nousuniemi korosti haastattelussa, että verkon pääpaino on Oulun ja lähiseudun uutisissa, koska Kaleva on maakuntalehti. Kaleva on kuitenkin myös valtakunnallinen toimija, ja tästä syystä sivuilla julkaistaan lisäksi kotimaan ja ulkomaan uutisia sekä kulttuuri- ja urheiluaiheisia juttuja. Verkkolehden hyväksytään monesti sellaisia pieniä uutisia, jotka eivät ylitä printin uutiskynnystä. Kalevan verkkosivuilla voi lukea myös blogeja. Sen sijaan verkossa ei ole pitkiä reportaaseja eikä mielipidekirjoituksia tai kannanottoja siinä määrin kuin lehden printtiversiossa. Myös kolumneja ja pakinanomaisia juttuja on vähän. Sekä printillä että verkolla on vahvasti tiedonvälityksellinen rooli. Nousuniemen mukaan Kalevan verkkouutisoinnissa voidaan nähdä yhtymäkohtia lehden maksulliseen sisältöön, mutta verkossa on printtiin verrattuna uutismaisempaa materiaalia ja jutut noudattavat rakenteiltaan tarkemmin perinteistä uutisrakennetta.

Printissä taas visuaalisuus etenkin nykyisin korostuu ja kokonaisia juttuja voidaan esittää esimerkiksi grafiikalla, joten visuaalisuus on pääosassa ja itse tekstiä voidaan jättää vähemmälle. Nousuniemen mukaan verkolla on printtiä aktiivisempi lukijasuhde, joka toimii molempiin suuntiin: verkko tuottaa uutisia, joita lukijat kommentoivat aktiivisesti.

Toisen maakuntalehden päätoimittaja Lassi Jaakkola kertoi Keskipohjanmaan uutisoinnista. Keskipohjanmaan verkkosivuilla on sähköuutisia, mielipiteitä, tapahtumätietoa, sääennusteita, lukijoiden kuvia ja muuta painettua lehteä täydentävää ja ruokkivaa. Kalevan tapaan Keskipohjanmaakin käyttää STT:n palveluja. Se, mikä tekee Keskipohjanmaan verkkosivuista poikkeukselliset, on lukijan mahdollisuus räätälöidä itse miellyttävä etusivu. Keskipohjanmaan ja paikallislehtien omien verkkolehtien tilalle rakennettiin vuoden 2010 tammikuun loppupuolella konsernin yhteinen verkkopalvelu. Se tarkoitti sitä, että nykyisin Keskipohjanmaa, Kalajokilaakso, Kokkola-lehti, Haapavesi-lehti, Vieskalainen, Lestijoki, Nivala, Selänne ja Perhonjokilaakso ovat samassa osoitteessa. Mullistavin uudistus oli kuitenkin se, että lukija voi räätälöidä itse oman etusivunsa. Valittavana on osastoittain muun muassa alueuutisia, kolumneja, urheilua ja niin edelleen. Tämä tarkoittaa myös sitä, että verkkomainontaa pystyy kohdentamaan entistä paremmin alueen tai sisällön mukaan. Verkkosivuihin voi tutustua tarkemmin osoitteessa www.kp24.fi.

Keskipohjanmaan verkkosivuilla on Jaakkolan mukaan enemmän ”lyhyttävää” ja myös lehteen laajuutensa vuoksi huonosti mahtuvaa aineistoa. Vähemmän on puolestaan paperilehden ”tuoretuotteen” omaisia juttuja, kuvia ja grafiikkaa. Tuoretuotteella Jaakkola tarkoittaa varta vasten paperilehdelle toteutettuja juttuja. Jaakkolan mukaan Keskipohjanmaa pyrkii eriyttämään sisältöjä niin, että aamun paperilehdessä olisi sellaista aineistoa, mitä ei ole missään muualla, jotta paperilehden tilaaminen olisi mielekästä. Jaakkolan mielestä verkkolehti ja paperilehti tukevat toisiaan, kun verkkopalveluun tuotetaan lähinnä lyhyttä online-aineistoa ja paperilehteen sitä täydentävää ja verkkoa edelleen ruokkivaa aineistoa.

Suomen Kuvalehdellä on kerran viikossa ilmestyvänä aikakauslehtenä hieman erilainen näkökanta asioihin. Päätoimittaja Tapani Ruokanen mainitsee Suomen Kuvalehden verkkosivujen täyttyvän blogeilla, omilla skuupeilla sekä printtilehden näytteillä. Suomen Kuvalehti tarjoaa Ruokasen mukaan mahdollisuutta saada nopeasti tuoreimpia omia uutisia ja antaa tilaisuuden kurkistaa varsinaisen painetun lehden maailmaan. Suomen Kuvalehden verkkosivuilla on lähes täysin erilainen aineisto kuin painetussa lehdessä, jonka

jutut voi nähdä täydellisinä vain printistä tai ostamalla iPadista. Tarjontaan voi tutustua osoitteessa www.suomenkuvalehti.fi. Suomen Kuvalehden verkkosivut täydentävät Ruokasen mielestä printtiä ja iPad-lehteä. Verkkolehti antaa myös mahdollisuuden nopeaan uutisointiin esimerkiksi onnettomuuspaikalta.

Koillissanomien verkkosivuilla on päätoimittaja Petri Karjalaisen mukaan tarkoitus jakaa sellaisia asioita, joista lehdessä ajatellaan syntyvän syntyvän keskustelua. Pääsääntöisesti jutut lyhennetään lehtiversioista. Karjalaisen mukaan aikaisemmin verkossa pystyi lukemaan lehtijutut ilmaiseksi kokonaisuudessaan, mutta enää niitä ei voi lukea. Koillissanomien verkkosivuilta voi lukea myös pääkirjoituksia, toimittajien kirjoittamia kolumnityylisiä tekstejä, joita kutsutaan alakerroiksi, poliisin tiedotteista kirjoitettuja pätkiä ja muita lyhyitä juttuja, jotka ovat menneet kaikille tiedotusvälineille jakoon, eikä niitä kannata pantata paperilehteen. Myös STT:n uutiset päivittyvät automaattisesti Koillissanomien sivuille. Sen sijaan omaa tuotantoa, jota ei ole missään muualla ei ainakaan ensimmäiseksi laiteta verkkoon. Lehden verkkosivut ovat osoitteessa www.koillissanomat.fi.

Karjalaisen mukaan Koillissanomilla ei ole kovin paljon resursseja verkkopuolelle. Lehdellä ei ole esimerkiksi varsinaista verkkotoimittajaa, vaan verkon päivitys kulkee muun lehden tekemisen matkassa. Koillissanomat on Karjalaisen mukaan edelleen paperissa kiinni – sen tilausmaksuissa ja ilmoitustuloissa – ja verkko on vain ylimääräinen palvelu, jota pidetään mukana lukijoiden palvelemiseksi. Lehtijuttuja ei erityisesti muokata verkkoon sopiviksi, vaan verkossa julkaistaan lähinnä juttujen kärjet houkuttamaan lukijoita painetun lehden ääreen. Karjalainen kertoo verkkolehden ja printtilehden tukevan toisiaan sillä tavalla, että verkon keskusteluista voi saada aineksia jatkojuttuihin, samoin kuin verkon keskusteluista voidaan tehdä myös nostoja lehden printtiversioon. Tärkeintä on kuitenkin palvella lukijaa kahta kanavaa pitkin.

5.2. Millaisista elementeistä toimiva nettijuttu rakentuu?

Kalevan mukaan toimiva nettijuttu lähtee hyvästä otsikosta. Otsikon täytyy kiinnostaa lukijaa. Nousuniemen mukaan Kalevan verkkosivuille ohjautuu suuri osa liikenteestä muualta kuin Kalevan etusivun kautta, siksi otsikon tärkeys korostuu.

Myös rakenne on tärkeä. Yleensä verkkoon menevät uutiset ovat klassisia uutisia, joissa lähdetään liikkeelle tärkeimmästä asiasta. Nopea 1 000 merkin sähkö on toimiva, koska ihmiset ovat tottuneet lukemaan sellaisia uutisia. Nousuniemen mukaan verkkojutussa tulisi käyttää täsmällisiä ilmauksia ja konkreettista kieltä. Samoin ihmisten lukutekniikka, joka on usein silmäilevää, on tärkeää ottaa huomioon. Tällöin apuun tulevat lihavoinnit ja jutusta riippuen mahdolliset väliotsikot ja listat.

Nousuniemen mukaan hyvä verkkoteksti myös viittaa muualle verkkoon, jos siihen on peruste. Linkitystä ei kuitenkaan saa pitää oletusarvona. Myöskään 1 000 merkin lyhyt sähkö ei ole välttämätön: Nousuniemen mukaan pidemmätkin jutut toimivat:

Esimerkiksi ydinvoimasta kertova juttu rakentui päivänmittaan ja oli aika massiivinen. Kannatan isoissa uutistapahtumissa sellaista, että ykkösuutiseen kootaan olennaisimmat asiat. Jos kaikki on pikkutilkkuina siellä, saattaa muutaman klikkauksen hävitä, kun lukija ei jaksa käydä kaikkia läpi. (Nousuniemi, 6.10.2011).

Nousuniemen mukaan verkko on menossa koko ajan visuaalisempaan suuntaan, mutta verkkojuttu voi toimia ilman kuvitustakin. Sähköisen maailman hieno piirre on hänen mukaansa se, että jutun yhteydessä voi käyttää useampaa kuvaa tai tehdä kokonaisia kuvagallerioita. Nousuniemi mainitsee vielä, että kuvareportaaseja on hyvin vähän, mutta niille voisi olla tilausta.

Keskipohtaan päätoimittajan Jaakkolan mielestä hyvä verkkojuttu koostuu houkuttelevasta, mutta ei liian paljastavasta otsikosta, nasevasta ja selkeästä

sisällöstä sekä hyvästä kuvasta tai kuvituksesta – sellaisestakin, joka ei painetussa lehdessä toimi. Painetussa lehdessä ei Jaakkolan mukaan välttämättä toimi esimerkiksi kännykkäkameralla otetut kuvat, jotka eivät aina täytä painotalon laadullisia kriteereitä. Verkossa taas sellainen kuva voi tuoda jutulle lisäarvoa. Jaakkolan mukaan lyhyet jutut toimivat verkossa, kunhan ne on hyvin tehty. Samoin pidemmätkin jutut voivat toimia, jos aihe ja käsittelytapa ovat kiinnostavia ja jutut hyvin kirjoitettuja.

Keskipohtaan visuaalista osastoa vetävä valokuvaaja Jukka Lehojärvi kommentoi kuvien käytöstä, että hyvä valokuva toimii kaikissa medioissa. Kuitenkin kuvan muokkaaminen sanomalehteen on monitahoinen tekninen prosessi. Jos kuva sitä vastoin tehdään puhelimen, iPadin tai tietokoneen näytölle, kuvan voi säilyttää alkuperäisessä muodossa ja värikylläisyys ja kontrasti ovat aivan eri luokkaa kuin painetussa kuvassa. Lehojärven mukaan kuvan käyttö eri päätelaitteissa ei journalismin kannalta tuo suuria eroja. Hänen mukaansa se, mikä toimii lehdessä, toimii myös uusissa ympäristöissä.

Laajemmissa kokonaisuuksissa erot kasvavat uusien esitystapojen ja painetun kuvan välillä. Kuvilla voi kertoa tarinoita. Esityksiin voi liittää ääntä, grafiikkaa ja linkkejä. Videokuvia ja valokuvia voi yhdistää. Kertoja voi määritellä kuvien katselujärjestyksen ja -keston. Painetussa mediassa narratiivinen kuvajournalismi on haasteellista. Broadsheet-sivulla lukija valitsee melko vapaasti kuvien katselujärjestyksen ja ajan. Tabloid-koossa kuvallisia tarinoita voi tehdä kontrolloidummin, aukeamittain. (Lehojärvi, 27.10.2011).

Suomen Kuvalehden päätoimittajan Ruokasen mielestä toimivassa verkkojutussa pituus voi vaihdella aivan kuten printissäkin. Ruokanen painottaa, että hyvän jutun ainekset ovat samat julkaisualustasta riippumatta. Hänen mukaansa olennaista on se, että suomen kieli on hyvää, faktat pitävät paikkaansa ja omat mielipiteet on erotettu uutisesta. Hyvä juttu noudattaa myös eettisiä ohjeita, avautuu lukijalle ja on helposti ymmärrettävä.

Koillissanomissa hyvän verkkojutun ominaisuuksia ei ole päätoimittaja Karjalaisen mukaan kovin paljon mietitty. Jos jutussa on kuvitusmahdollisuus, juttu usein laitetaan verkkoon. Karjalaisen mukaan nykytyylin pitäisi olla

sellainen, että klikkauksia haetaan. Siksi juttuja saatetaan hieman muokata ajatellen sitä, että otsikko olisi kiinnostava esimerkiksi Ampparissa. Amppari on ilmainen uutisportaali, joka sisältää kattavan uutisvirran kotimaisista uutislähteistä (Ampparit 2011, hakupäivä 7.11.2011.)

5.3. Miten klikkauksia tavoitellaan?

Kalevan verkkotuottajan mielestä ajatus siitä, että klikkauksia ei tietoisesti tavoiteltaisi, on outo. Nousuniemen mukaan juttuja yritetään levittää mahdollisimman laajalle. Kalevan uutisia näkee muun muassa Facebookissa ja maakuntien kumppanilehdissä.

Googlen optimointi on yksi tapa hankkia klikkauksia: Google tykkää avainsanoista, ja se on hyvä pitää mielessä. Jos tehdään juttua Fennovoiman ydinvoimalaitoksesta, joka rakennetaan Pyhäjoelle, sanat ovat Fennovoima, ydinvoima ja Pyhäjoki. (Nousuniemi, 6.10.2011.)

Nousuniemen mukaan jutun otsikon täytyy olla kiinnostava, mutta silti ehdottomasti sisältöä vastaava. Lukijat klikkailevat Kalevan verkossa eniten paikallisia uutisia, onnettomuuksista kertovia uutisia sekä epätavallisista ja paikallisista sääilmiöistä kertovia juttuja. Kalevan lukija pitää myös rikoksista, paikallisista julkisuuden henkilöistä, paikallisista yrityksistä sekä joistain tietyistä valtakunnallisista yrityksistä, kuten Nokiasta, joka on vahva toimija Oulun seudulla.

Myös Keskipohjanmaan Jaakkola myöntää, että klikkauksia haetaan tietoisesti. Keinoina käytetään hänen mukaansa lähinnä otsikointia. Ylivoimaisesti tärkeintä on hänen mukaansa kuitenkin se, että lukijoilla on saatavilla runsaasti ja koko ajan päivittyvää aineistoa. Jaakkola muistuttaa, että Keskipohjanmaan verkkopalvelu on ensisijaisesti alueellinen, mutta lehden pyrkimys on, että se olisi myös monipuolinen.

Tulkoot lukijat hakukoneiden kautta tai suoraan, mutta en usko hirveästi kikkailuun. Puolitoista vuotta sitten uudistimme palvelintamme ja onnistuimme hävittämään hakukonekävijät yhdessä yössä. Siinä tapahtui

jokin tekninen kömmähdys, joka on kyllä sittemmin korjattu. Ainahan se on kiva, että jutut tulevat hyvin löydetyiksi ja lukijoita riittää. (Jaakkola, 21.10.2011.)

Keskipohtaan lukijoita kiinnostavat eniten rikokset ja onnettomuudet. Myös erinäiset, usein pienetkin sattumukset ja kummallisuudet saavat ihmiset klikkaamaan. Jaakkola kuitenkin korostaa, että juttujen täytyy olla hyvin kirjoitettuja ja aihealueiltaan ihmistä itseään kiinnostavia, jotta juttuja klikataan verkossa.

Ruokanen toteaa ykskantaan, että lukijat pitävät hyvin tehdyistä jutuista, jotka täyttävät journalistiset kriteerit. Klikkauksien hakeminen ei ole lehden keskeinen politiikka. Karjalainen puolestaan sanoo, että kaikkien juttujen pitäisi olla kiinnostavia. Hänen mukaansa Koillissanomissa ei hirveästi seurata klikkauksien määriä. Lukijoita kiinnostavat eniten alueelliset ja kiistanalaiset asiat, mikä on pääteltävissä kommenttien ja klikkausten määristä:

”Journalismin perusteisiin kuuluu, että otsikot rakennetaan niin, että saadaan lukija lukemaan. Onko se sitten sen kummempaa verkossa kuin paperillakaan?” (Karjalainen 24.10.2011.)

5.4. Paljonko verkko tuo takaisin sinne uhratuista rahoista?

Kalevan mukaan on vaikea arvioida, paljonko verkkoon on uhrattu rahaa. Nousuniemen mukaan ei voi laskea pelkästään verkkotoimittajien ja -tuottajien palkkoja ja kuluja yhteen, koska verkko käyttää printin resursseja. Myös kysymykseen, milloin verkko alkaa tuottaa on Nousuniemen mukaan hyvin vaikea vastata:

”Bill Gates on sanonut, että ihmisillä on tapana yliarvioida, mitä tapahtuu kahden vuoden päästä ja aliarvioida, mitä tapahtuu kymmenen vuoden päästä” (Nousuniemi, 6.10.2011).

Nousuniemi sanoo kuitenkin yhden vaihtoehdon olevan se, että suomalaiset mediat päättävät yhdessä maksullisesta verkkosisällöstä. Tätä vaihtoehtoa hän pitää kuitenkin hyvin epätodennäköisenä. Todennäköisempi vaihtoehto hänen mukaansa olisi sitä vastoin se, että printti siirtyy sähköiseen muotoon tableteissa ja jollain aikavälillä verkkolehdet integroituisivat siihen.

Yksi ajatus tableteissa on se, että tuodaan maksamisen perinne mukaan, ja sisällöstä ollaan valmiita maksamaan. Voihan kuitenkin olla, että tableteista ei tule "se juttu" ja keksitään ihan uudenlaisia ansaintamalleja. En kuitenkaan usko, että mikään lehti pysyisi bannerimainonnalla itsenäisesti hengissä. (Nousuniemi, 6.10.2011.)

Keskipohjanmaan Jaakkolan mukaan kysymykseen, milloin verkko alkaa tuottaa on niin vaikea vastata, että hyvällä vastauksella saisi Nobelin ja ylisukupolvisen elannon. Jaakkola kuitenkin uskoo, että internet alkaa vähin erin tuoda yhä enemmän ja kolmen vuoden päästä tili saattaa näyttää jo plussia. Hänen mukaansa Keskipohjanmaassa on vallalla ajatus, jonka mukaan parin seuraavan vuoden aikana verkkopalveluun tulisi sellaisia sisältöjä, joista olisi mielekästä ja järkevää maksaa. Jaakkola muistuttaa, että Keskipohjanmaalla on ollut vuodesta 1995 jonkinlainen verkkosivu olemassa. On mahdotonta laskea, paljonko siihen on käytetty aikaa ja rahaa. Jaakkolan mukaan verkkoon ei ole kuitenkaan varaa olla sijoittamatta siitä huolimatta, että saanto on paljon pienempää kuin vähätkään sijoitukset.

Suomen Kuvalehdestä myönnetään, että verkko tuo tällä hetkellä takaisin sinne uhratuista rahoista vain pienen osan, mutta toteaa, että se on kuitenkin osa lehden kokonaisuutta. Ruokanen uskoo, että pikkuhiljaa panostaminen alkaa käydä kannattavaksi. Hänen mukaansa ilmoittajien panostus eri tiedotusvälineisiin on nousemassa.

Karjalainen Koillissanomista kertoo, että maksullisella näköislehdellä, joka on luettavissa verkossa, on niin paljon tilauksia, että sillä on taloudellista merkitystä. Maksuttomalle verkkosivulle ei hänen mukaansa ole tällä hetkellä rahallista perustetta. Nousuniemen tapaan Karjalainenkaan ei jaksaa uskoa, että nykyisen kaltainen verkkosivu, johon myydään mainosbannereita, tulisi koskaan

olemaan mikään rahasampo – ainakaan pienille lehdille, tuskin isoillekaan. Karjalainen uskoo, että jokin lukulaitetyylinen ratkaisu vie sisällöt ainakin jossain määrin maksullisiksi.

Paperilehdessä on iso määrä mainospaikkoja, jotka voi myydä. Jos taas ajattelee verkkolehteä, mielenkiintoisimmat mainospaikat ovat tuoreimpien uutisten vieressä, eikä siinä ole kuin muutama paikka. En usko, että nettiversio tällaisella nykyisellä logiikalla olisi tuottavaa. Se vaatii jonkin lukulaiteratkaisun, suljetun ympäristön, että lukija ja ilmoitusasiakkaat ovat valmiita maksamaan siitä. (Karjalainen, 24.10.2011.)

5.5. Millaista sisältöä mobiileihin päätelaitteisiin tuotetaan?

Kalevan uutisia voi lukea myös mobiileista päätelaitteista ilmaiseksi. Uutiset siirtyvät mobiilisovellukseen automaattisesti, eikä toimittajan tarvitse versioida juttuja erikseen. Käytännössä Kaleva.fi:n ja m.kaleva.fi:n uutiset ovat samat, ainoastaan näkymä on hieman erilainen. Kärkiuutisia näytetään m.kaleva.fi:ssä neljä normaalin seitsemän sijaan. Olennaisin ero on kuitenkin kuvien määrässä. Ainoastaan kuvallisen ykkösuutisen kuva näkyy myös mobiilisovelluksessa. Kalevan mobiilissakin on mahdollisuus kommentoida ja lukea uutiskommentteja. Utissisällöltään m.kaleva.fi on melkein kuin Kaleva.fi, ainoastaan aavistuksen riisutumpi versio.

Keskipohjanmaa julkaisee Kalevan tapaan juttuja matkapuhelimiin, lähinnä uutisia ja sääennusteita. Uutiset päivittyvät matkapuhelimiin automatisoidusti, eivätkä ne ole maksullisia. Jaakkola perustelee ilmaista sisältöä sillä, että toistaiseksi matkapuhelimiin päivittyvät uutiset eivät ole lisäarvollisia, maksettavaksi soveltuvia sisältöjä. Keskipohjanmaan m-verkkosivut on Jaakkolan sanoin nettiversion ”karvalakkimalli”. Sisältö on suppeampi kuin nettiversio, mutta uutiskärkien osalta yhtenäinen.

Myös Suomen Kuvalehdellä on m-nettiversio, mutta sillä ei ole erikseen mobiiliin tuotettua maksullista sisältöä. Ruokanen kuitenkin kertoo, että sellaista on kehitteillä ja tulossa ehkä jo seuraavan vuoden aikana. Koillissanomat on aineistoni lehdistä ainoa, jolla ei ole käytössä puhelimelle tarkoitettua m-

nettisivustoa. Karjalaisen mukaan kysymys on resursseista: pienellä lehdellä ei ole mahdollisuutta panostaa.

5.6. Millaisia juttuja lukulaitteille tuotetaan?

Nousuniemen mukaan jotkut lehdet panostavat lukulaitteisiin, jotkut eivät, mutta kaikki haluavat olla mukana – niin myös Kaleva. Kalevan lukulaiteversio on käytännössä näköislehti höystettynä linkeillä Kaleva.fi:n tuoreimpiin uutisiin. Lukija voi halutessaan ostaa lehden 1,59 eurolla Applestoresta.

Nousuniemen mielestä on tärkeää olla mukana lukulaitekehityksessä, koska lukulaitteista saattaa tulla jonkinlainen korvaaja paperilehdelle tulevaisuudessa. Lukulaitteet voivat yleistyä ja niiden käyttö kasvaa. Se voi olla väline, josta uutisia on mukava lukea. Lehden täytyy hänen mukaansa olla nyt kaikissa kanavissa.

Lukulaiteversio ei Nousuniemen mukaan toistaiseksi vaikuta toimituksen työntekoon, koska järjestelmä on automatisoitu. Hän kuitenkin myöntää, että työryhmä, joka tutkailee eri vaihtoehtoja ja tulevaisuudennäkymiä, on perustettu. Nousuniemi sanoo, että ryhmän aikaansaannosten perusteella tehdään joskus konkreettisia suunnitelmia. Nousuniemen mielestä lehti on siitä hyvä tuote, että sillä on alku ja loppu, ja sitä ajatusta tulisi yrittää viedä myös tablettipuolelle niin, että samalla otetaan myös sähköisen maailman mahdollisuuksia käyttöön:

Vielä ei tiedetä, tuleeko jostain tietystä tekniikasta iPadin korvaaja tai joku standardi, johon uutisia aletaan tehdä. Täytyy katsoa, miten tabletit yleistyvät. Tällä hetkellä tabletteja ei kuitenkaan hirveän monta ole. Täytyy pohtia hyvin tarkkaan ennen kuin toimituksen resursseja ryhdytään ihan hirveästi käyttämään. Päätöksen täytyy olla perusteltu. (Nousuniemi, 6.10.2011.)

Keskipohtijamaalla ei ole vielä lukulaiteversiota käytössä eikä päätoimittajan mukaan ole ”akuutisti sorvissakaan, mutta pidemmän päälle on”. Jaakkola pitää

kuitenkin tärkeänä sitä, että tulevaisuudessa Keskipohjanmaakin tuottaa juttuja lukulaitteille, koska hän uskoo lukulaitteiden käytön lisääntyvän. Jaakkola ei osaa sanoa lukulaiteversion sisällöstä vielä muuta kuin että se tulee olemaan lehden muita versioita täydentävää.

Resurssit ja tekniikat ovat vielä suunnitteilla, mutta Jaakkola olettaa, että sisältöä tuotetaan sekä automatisoidusti että erikseen muokaten. Toimituksen työntekoon tämä vaikuttaisi silloin merkittävästi, sillä se monipuolistaisi entisestään työtä ja työnkuvia.

Suomen Kuvalehti on ollut iPadissa yli vuoden, ensimmäisenä Suomessa. Lehden lukulaiteversio sisältää koko painetun lehden lisäksi hieman ekstraa, kuten kuvasalkut, videot ja mahdolliset lisägrafiikat. Sen hinta on hiukan alhaisempi kuin paperisen irtonumeron. Ruokanenkin pitää tärkeänä tuottaa juttuja lukulaitteille, koska lukijat käyttävät laitteita. Näin varmistetaan, että lehti on ilmestymispäivänä myös hankalan matkan takana, kuten toisella puolella maapalloa.

Kalevasta poiketen Suomen Kuvalehti ei tuota sisältöä lukulaitteille automatisoidusti, vaan toimituksessa muokataan lukulaiteversio erikseen. Sitä varten toimituksessa ei ole henkilökuntaa, vaan graafikot tekevät sen usein oman työnsä ohessa. Jonkin verran käytetään myös talon ulkopuolista työpanosta. Ruokasen mukaan Suomen Kuvalehdessä katsotaan, että erikseen taitettu lukulaiteversio on lukijoiden palvelua: sitä on helpompi lukea, kun se on taitettu laitetta silmälläpitäen.

Toimituksen työntekoon lukulaiteversio vaikuttaa Suomen Kuvalehdessä niin, että laite otetaan juttujen ideoinnissa huomioon, samoin kuvitusta laajennettaessa kuvasalkkuihin ja videoihin. Ruokasen mielestä aikakauslehti toimii erinomaisesti lukulaitteessa, ja erityisesti valokuvat ovat hänen mielestään lukulaitteilla loistokkaita.

Koillissanomilla ei ole käytössä lehdestä lukulaiteversiota, mutta päätoimittaja Karjalaisen mukaan koko ajan tutkitaan, mitä vaatisi, jotta kehityksen kelkkaan

pääsisi mukaan. Karjalainen uskoo, että lukulaiteversio olisi mahdollista vähän isommassa allianssissa: yhden pienen paikallislehden voimat eivät riitä. Hän näkisi, että kehitys on menossa vahvasti siihen suuntaan, että parin vuoden sisällä lukulaiteversio on pakko olla. Sisältöä lehti ei ole vielä miettinyt, mutta Karjalaisen mukaan voisi kuvitella, että se olisi suurin piirtein kuin paperilehti. Muutakin lukulaitteelle soveltuvaa sisältöä olisi hänen mukaansa kiva tehdä, mutta Karjalaiselle herää heti kysymys, millä väellä ja voimalla. Lukulaiteversio olisi automatisoitu, sillä mihinkään ylimääräiseen ”tekniseen nysväykseen” ei päätoimittajan mukaan ole järkevää kuluttaa aikaa – se olisi automaattisesti pois sisällöntuotannosta.

Lukulaite antaisi Karjalaisen mielestä valtavasti mahdollisuuksia ja kiva olisi tehdä kaikkea, mutta toiminnan täytyy olla myös taloudellisesti kannattavaa. Hyvä journalismi on Karjalaisen mukaan hyvää ja huono huonoa, oli se sitten paketoituna mihin tahansa. Hän mieltää kuitenkin monikanavaisuuden lukulaitteen vahvuudeksi.

Sanomalehtien jakelu on lehtitaloille yhä kalliimpaa. Jakelun kallistuminen on ehkä suurin uhkakuva paikallislehtien tulevaisuudelle. Kaikenlaisen paperipostin määrä on laskusuunnassa. Talouselämän peruslakeja on, että jos volyyymi laskee, yksikkökustannus nousee. Jakelu on ihan avainkysymyksiä siinä, miten lehtiä ylipäänsä lähivuosina tehdään. (Karjalainen, 24.10.2011.)

Karjalainen sanoo uskovansa, että Koillissanomien lukijatkin löytävät lukulaitteen, vaikka tietty osa pitäisikin paperista kiinni loppuun asti. Karjalaisen mukaan yksi mahdollisuus olisi, että iPadia alettaisiin kaupata lukijoille kytkykaupalla, mikä tarkoittaisi sitä, että tilaamalla Koillissanomat tietyksi ajaksi saisi iPadin kaupan päälle.

5.7. Millaisia painotuksia eri päätelaitteille tehdyille jutuille tehdään?

Kaleva painottaa juttuja niin, että reaaliaikaisuus ja ajankohtaisuus ovat tärkeimpiä asioita verkossa. Kaleva.fi:ssä kerrotaan, mitä nyt tapahtuu.

Verkossa näytetään myös mahdollisuuksien mukaan ajankohtaista kuvaa ja videota.

Jos Kaleva versioisi juttuja erikseen mobiiliin, eroaisi uutinen verkkoversiosta Nousuniemen mukaan juuri visuaalisuudessa. Nykyiset älypuhelimet ovat kuitenkin niin hyviä, että Nousuniemi ei lähtisi muokkaamaan verkossa jo olevaa juttua mihinkään suuntaan, vaan ottaisi raskautta pois kuvien kautta. Printissä Kalevan painotus on taustoituksessa. Uutinen ei välttämättä ole kerrottuna heti kärjessä, vaan tarinaan upotettuna.

Lukulaiteversio kirvoitti Nousuniemen pohtimaan, millaista sisältöä sinne voitaisiin tulevaisuudessa tuottaa. Tablettiin tulisi edelleen näköislehti, joka olisi sama kuin printissä. Lukulaite kuitenkin mahdollistaisi esimerkiksi uutisvideon käytön. Jos olisi odotettavissa, että uutinen jatkuisi vielä seuraavana päivänä, voisi tabletin näköislehteen tehdä linkityksen verkkoversioon, josta voisi seurata, mitä tapahtuu. Yksittäisen jutun painotus on Nousuniemen mukaan samanlainen kuin printissä.

Täytyy ottaa huomioon se, mihin ihmiset ovat tottuneet. Tabletti ei saa mennä liian lähelle jo olemassa olevaa verkkopalvelua, ettei mene puurot ja vellit sekaisin. Verkon ja tabletin täytyy olla jollain tavalla erilaisia toisistaan tai sitten ne ovat yhtä ja samaa. (Nousuniemi, 6.10.2011.)

Keskipohjanmaan päätoimittaja Jaakkola toteaa, että versioidessa juttuja eri päätelaitteille juttujen tulisi selkeästi olla toisiaan täydentäviä. Mobiili- ja verkkosovellusten sisällön tulisi painottua onlineen, jossa tarjolla olisi sähköuutisia. Paperilehdessä Jaakkolan mukaan pyritään siihen, että siellä olisi runsaasti sellaista aineista, jota ei ole mahdollista katsoa tai lukea mistään muualta. Lukulaite olisi Jaakkolan mukaan jotain siltä väliltä: siinä olisi kaikki mobiiliin hyvät ominaisuudet, mutta se olisi visuaalisesti ja sisällöllisesti sukua paperilehdelle. Hänen mukaansa paperilehdessä ja lukulaitteessa voi toimia hyvin samanlaiset jutut.

Suomen Kuvalehden päätoimittaja Ruokanen korostaa, että printti on edelleen lehden päämedia, johon panostetaan eniten:

Lehdellä on yli 300 000 lukijaa, ja se on meidän varsinainen leivän tuoja. Jatkossa katsotaan, miten muut välineet lähtevät kehittymään ja panostetaan sitten niihin. Muut välineet tuovat lisääaineistoa: kuvia ja elävää kuvaa. Varmaan tulevaisuudessa myös yhä enemmän panostetaan arkistoon. (Ruokanen, 21.10.2011.)

Koillissanomien päätoimittaja Karjalaiselle juttujen versiointi eri välineille tuntuu vielä kovin kaukaiselta. Hänen mukaansa juttuja olisi hyvä versioida, mutta jos jokaiselle välineelle versioitaessa tarvitaan jokin työvaihe, se tietää vähemmän sisältöä ja on toimittajien muusta työstä pois. Karjalaisen mukaan lukija ei kuitenkaan lue sisältöjä kaikista eri välineistä, joten tekniikkaan ei pidä ihastua liikaa. Tärkeintä on muistaa, että lehden pitää tehdä kiinnostavaa sisältöä paikallisille lukijoille. Sähköiselle puolelle voi Karjalaisen mukaan tuoda jotain lisämausteita – ääntä ja kuvaa – mutta on katsottava tarkkaan, mihin voimat riittävät.

6 Johtopäätökset

Haastateltavani kertovat, kuinka mieluusti juttuja versioitaisiin eri välineille. Resurssipula on kuitenkin yhä useammin syynä siihen, miksi näin ei todellisuudessa tehdä. Versiointi on kyllä haastateltaville terminä tuttu, mutta harvemmin se on lehdillä käytössä. Tyypillisimmin lehtijutun verkkoversioon otetaan lehtijutun kärki.

Kaikki haastateltavani pitävät paperilehteä edelleen tärkeimpänä mediana ja puhuivat verkosta, mobiilista ja lukulaitteesta ainoastaan täydentävinä päätelaitteina. Versiointia suuremmaksi pohdinnan aiheeksi nousikin printin ja eri päätelaitteiden roolit tiedonvälityksessä.

Lehti on kaikkien mielestä selvästi taustoittava ja kokoava väline, johon kerätään tärkeimmät uutiset. Verkkoa pidetään yleensä välineenä, johon laitetaan sellaisetkin uutiset, jotka eivät uutisarvoltaan lehteen yllä. Tärkeää tuntuu olevan se, että verkko ja printti ovat selvästi erillisiä medioita. Koillissanomat ei julkaise samoja uutisia verkossa, joita se julkaisee lehdessä. Keskipohjanmaa pitää tärkeänä sitä, että päivän lehdessä on aina jotain sellaista, mitä ei ole luettavissa mistään muualta. Kaleva ei julkaise omia juttujaan kokonaisuudessaan verkossa, ja Suomen Kuvalehtikin säästää paljon juttuja lehteä varten. Kalevan Niiles Nousuniemen maininta siitä, että verkossa jutut noudattelevat uutismaisempaa rakennetta, on sanomalehtien osalta osuva. Suomen Kuvalehdellä verkossa on aikakauslehtimäisempää tekstiä.

M-verkkoversioihin lehdet eivät tunnustaneet erityisemmin panostavan. Uutiset siirtyvät sovellukseen automaattisesti, ja näkymä on uutisten osalta käytännössä sama kuin tietokonenäkymässä, ainoastaan kuvitus on vähäisempää.

Aineistoni lehdistä ainoastaan Suomen Kuvalehdellä ja Kalevalla on käytössä lukulaitteversiot. Kalevan näköislehti siirtyy automaattisesti lukulaitteille luettavaksi, eikä lukulaitteen mahdollistamia ominaisuuksia toistaiseksi käytetä hyväksi kuin lisäämällä näköislehteen linkkejä tuoreimpiin verkkouutisiin.

Suomen Kuvalehti sen sijaan panostaa lukulaiteversioon. Näköislehti taitetaan erikseen laitteelle, eivätkä kuvat ole samanlaista pikselimössöä kuin Kalevan lukulaiteversiossa. Suomen Kuvalehti jakaa lukulaitteen kautta myös grafiikkaa ja kuvia, joita lehdessä ei ole. Toistaiseksi lukulaitetta pidetään painetun lehden sivutuotteena, johon on kuitenkin tarkoitus tulevaisuudessa panostaa enemmän, mikäli laitteen suosio kasvaa. Tällä hetkellä edetään siis odottavalla mielellä. Kaikki odottavat, mitä tuleman pitää.

Kehitys on tyypillisesti tullut Suomessa hieman Ruotsia jäljessä. Jouluna 2010 Ruotsissa povattiin lukulaitteista joulun hittituotetta. TNS Gallupin samana vuonna tekemän tutkimuksen mukaan 82 prosenttia vastanneista suomalaisista ei ollut koskaan käyttänyt lukulaitetta (Viestinnän keskusliitto, 2010, hakupäivä 15.10.2011). Nykyisin luvut ovat varmasti hyvin toisennäköisiä, mutta siltikään lukulaitteet eivät ole lyöneet itseään läpi Suomessa.

Lukulaitteet varmasti yleistyisivät, jos sisältöä olisi niihin runsaasti saatavilla. Lehdet taas panostaisivat varmasti vimmatusti lukulaitteisiin, mikäli suomalaiset alkaisivat käyttää niitä. Minun nähdäkseni lukulaitteiden osalta eletään pienoisisessä pattitilanteessa. Lehtien lukulaiteversiot ovat liian kalliita, jotta ihmiset innostuisivat ostamaan niitä. Jos tilaaja ostaa lukulaiteversion, lehti säästää painokustannuksissa niin paljon, että hinnan luulisi olevan paljon alhaisempi. Lisäksi monet lehdet eivät ole tajunneet myydä lukulaitteille irtonumeroiden lisäksi kestopilausta. Irtonumerot ovat yleensä lukulaitteissa painettuja lehtiä halvempia, mutta jos vuoden ajan tilaa irtonumeron kerrallaan, olisi kannattavampaa sijoittaa painettuun lehteen.

7 Teoriasta käytäntöön

Opinnäytetyön produktio-osassa tutkin käytännössä saman lehtijutun versioimista paperilehteen, verkkoon ja lukulaitteeseen sopivaksi. Käytin hyödyksi haastatteluiden pohjalta tekemiäni päätelmiä.

Valitsin lehtijutun aiheeksi asumisoikeusasuntojen vastikkeiden nousun. Aihe on puhuttanut ja ärsyttänyt asumisoikeusasukkaita jo muutamia vuosia, mutta julkisuudessa aiheesta on puhuttu verrattain vähän. Kirjoitin lehtijuttuni ajatellen, että Kaleva olisi sen mahdollinen julkaisija.

Haastattelin juttuani varten kolmea eri osapuolta: Suomen asumisoikeusasukkaat ry:n puheenjohtaja Jukka Kilpeä, Suomen asumisoikeus Oy:n toimitusjohtaja Marko Pyykköstä ja tavallista Oulussa asumisoikeusasunnossa asuvaa miestä, Markku Kokkosta.

Kalevan Niiles Nousuniemi mainitsi, että lehtijutut ovat taustoittavia ja nykyisin entistä visuaalisempia. Kuvassa voisi olla esimerkiksi Kokkonen vuosien varrella kertyneiden vastikelappujen kanssa. Kuvan lisäksi ajattelinkin esittää grafiikalla, kuinka arava- ja vapaarahoitteisten vuokra-asuntojen hinnat ovat kehittyneet Oulussa asumisoikeusasuntojen vastikkeisiin nähden.

Nousuniemi mainitsi, että lehtijutun kärjen ei tarvitse olla yhtä uutismainen kuin verkossa, taustoittavampikin kärki kelpaa:

Vastikkeet jatkavat nousuaan

Asumisoikeusasukkaat ovat tuhtuneita jatkuvista vastikkeiden korotuksista. Ensi vuodeksi luvassa on suurimman asumisoikeustalojen omistajan Suomen asumisoikeus Oy:n mukaan keskimäärin neljän prosentin perusvastikkeen korotukset. Täksi vuodeksi korotusta tapahtui Suomessa keskimäärin 6,4 prosenttia. Asukkaat ovat ihmeissään.

Toin ensimmäiseksi esiin asukkaiden tuhtumusta. Se ei ole mikään uutinen sinänsä. Uutinen on se, että ensi vuodeksi luvassa on keskimäärin neljän

prosentin perusvastikkeen korotus, eikä vastikkeiden jatkuva noususuhdanne näytä katkeavan millään. Tein jutun yhteyteen myös faktalaatikon asumisoikeusasunnoista ja -asumisesta. Kokonaisuudessaan juttu on luettavissa liitteistä (liite 2).

Jotta ihmiset olisivat valmiita maksamaan lehdestä, verkossa ei saisi kertoa uutista koko laajuudessaan. Siksi esimerkiksi seuraavanlainen verkkosähke aiheesta olisi toimiva:

Vuodessa liki sata euroa korkeampi vastike

Oululainen asumisoikeusasukas Markku Kokkonen on hämmentynyt vastikkeiden jatkuvista korotuksista. Hän itse asuu 81 neliön kokoisessa asunnossa keskustan tuntumassa. Ensi vuodeksi korotusta vastikkeeseen tulee hieman vajaat 50 euroa kuukaudessa. 46,5 neliöisessä Oulun keskustan asunnossa vastikkeen korotusta on vuoden sisällä tapahtunut liki sata euroa.

”En ymmärrä korotuspainetta kaikilta osin. Yhtiössä ei ymmärretä, että ihmiset muuttavat asunnoistaan pois. Eräässäkin kohteessa Tampereella on ollut lähes pysyvät asukkaat toistakymmentä vuotta. Korotusilmoitusten jälkeen puolet heistä on muuttanut pois”, Kokkonen kertoo.

Lue lisää vastikkeiden noususta huomista Kalevasta!

Tällaisessa muodossa sähke ei paljasta liikaa, hännää asiasta kiinnostunutta hankkimaan käsiinsä seuraavan päivän lehden ja herättää varmasti myös verkossa keskustelua asuntojen hinnoista.

Kaikki haastattelemani henkilöt mainitsivat otsikon tärkeyden verkossa. Asuntojen hinnat kiinnostavat ihmisiä. Versioimani otsikko on konkreettinen ja saa varmasti klikkauksia. Sama otsikko toimisi myös printtiversiossa, mutta tällaisessa muodossaan se on selkeästi enemmän verkonomainen, klikkauksia tavoitteleva otsikko.

Haastattelemiini henkilöt painottivat myös verkkouutisoinnissa selkeyttä ja turhan rönsyilyn välttämistä. Tekemäni sähkö keskittyy yhden henkilön kokemuksiin ja mielipiteisiin. Näin ollen se on varmasti napakka ja selkeä. Sähköissä yksi konkreettinen asia riittää.

Verkkoversion kuvavalinta voi olla sama kuin lehdessä, mutta yhden kuvan lisäksi verkkoon voi laittaa kokonaisen kuvagallerian esimerkiksi Oulun asumisoikeusasunnoista. Verkkoversiosta jättäisin grafiikan kuitenkin pois, sillä sen olemassaolo vaatisi jo perusteluita, eikä toimisi nimenomaan tämän kyseisen sähköen kanssa. Sitä paitsi grafiikassa olisi sellaista lisäarvoa, jota haastateltavat lehtiversiolta niin usein toivoivat. Näin ollen grafiikka toimisi hyvin lehdessä lukijoiden houkuttimena.

Verkkosivuston yhteyteen voisi myös liittää lyhyen videon aiheeseen liittyen. Videossa voisi olla Kokkosen haastattelu, kuvituskuvaa Oulun asumisoikeusasunnoista sekä sisältä että ulkoa, grafiikka vastikkeiden kehityksestä ja tehokeinona kuvituskuvaa vuosittain kirjeitse tulevista vastikkeiden korotuslapuista. Videoon voisi lisätä myös pätkiä puhelinhaastatteluna tehdyn Suomen Asumisoikeus Oy:n toimitusjohtaja Marko Pyykkösen haastattelusta. Sähköen, kuvan ja videon lisäksi verkossa voisi olla myös erikseen äänilinkkejä, joista voisi kuunnella juttua varten tehdyt haastattelut.

Jutun mobiiliversio noudattelee verkkosähköä. Kuva, video ja ääninauhat jätetään tällöin näkymästä pois, teksti pysyy samana. Mobiilissa yksinkertaisuus on jo pelkästään pienen näytön vuoksi valttia.

Lukulaitteversioon voisi puolestaan laittaa kaiken edellä mainitun ja vielä lisäksi jotain ekstraa. Itse juttukin voi olla lukulaitteessa pidempi, mutta tärkeintä on, että lukulaitteessa olisi tarjolla kattavasti materiaalia lukijalle. Siellä voisi esimerkiksi olla Suomen kartta, jota klikkaamalla näkisi paikkakuntaakohtaisesti keskimääräisen vuokra-asunnon vuokran sekä asumisoikeusasunnon vastikkeen.

Lukulaiteversion yhteyteen voisi tehdä simpppelin hakukoneen, josta lukija voisi tarkistaa, millaiset vastikkeiden korotukset muilla kaupungin ja koko Suomen asumisoikeusasukkailla on edessä.

Kun sisältöä on runsaasti, on tärkeää, että päätelaite antaa lukijoille mahdollisuuden myös keskustella aiheesta. Lukulaiteversion yhteyteen olisi siis ensisijaisen tärkeää saada kommenttikenttä. Hyvin monesti juttujen kommentointi jää verkossa yksipuoliseksi, kun toimittajalla ei ole aikaa tai intressejä osallistua kirjoittamastaan jutusta käytävään keskusteluun. Lukulaiteversion kommenttikenttä voisi palvella lukijoita verkkoa paremmin niin, että toimittajia valjastettaisiin osallistumaan keskusteluun.

Kommenttikentän lisäksi lukulaiteversion yhteydessä voisi olla ”jäikö jotain kysyttävää” -kohta, johon lukija voisi jättää yksityisen, mieltä askarruttavan kysymyksensä aiheeseen liittyen. Toimittaja voisi vastata kysymykseen henkilökohtaisesti, ja näin lukijaa tulisi palveltua hyvin. Kysymysosio palvelisi myös toimituksia, sillä se poikisi varmasti uusia ajatuksia, näkökulmia ja juttuideoita.

Haastattelujen pohjalta pystyi päättelemään, että haastateltavat uskovat lukijoiden kaipaavan tavallisen uutistekstin lisäksi myös pohdintaa asioista. Toimittajan omia ajatuksia ja kommentteja uutisaiheista ei ole ainakaan liikaa tarjolla, siksi lukulaiteversioon voisi lisätä myös toimittajan kommentin, kolumnin tai blogitekstin aiheesta.

Lukulaiteversiossa voisi olla mahdollisuus jakaa uutinen tai jokin muu jutun osa vaikkapa Facebookissa ja Twitterissä. Aiheeseen liittyen jutun yhteydessä voisi olla myös testi, jossa kysymyksiin vastaamalla voisi katsoa, mikä asumismuoto olisi vastaajalle paras. Jutun yhteydessä voisi olla lisäksi oma gallup-kysymys: ovatko asumisoikeusasuntojen vastikkeet mielestäsi liian korkeita?

Yleensä lukijan palvelemista on se, että jutun yhteyteen sijoitetaan linkkejä aiheeseen liittyen. Asumisoikeusasunnoista kertovassa jutussa on kuitenkin vaarana, että linkittäminen menisi mainostamisen puolelle. Tällöin tulisi joko

tasapuolisuuden nimissä linkittää kaikkien asumisoikeusasuntojen omistajien verkkosivut ja Suomen asumisoikeusasukkaat ry:n nettisivut tai jättää kokonaan linkittämättä.

8. Pohdintaa

8.1. Haastattelumenetelmistä

Sain haastatteluissa Kalevan Niiles Nousuniemeltä kattavimmat vastaukset, mikä johtunee siitä, että tunsin haastateltavan ennestään ja haastattelin häntä kasvokkain. Näin pystyin heti esittämään tarkentavia kysymyksiä tai tarttumaan johonkin tiettyyn aiheeseen syvemmin kiinni. Keskipohjanmaa ja Suomen Kuvalehti saivat kysymykseni kirjallisina, ja päätoimittajat vastasivat minulle kysymyksiin sähköpostitse. Vastaukset olivat suppeita, eivätkä usein edes kokonaisia lauseita. Soitin perään täydentäviä kommentteja ja esitin tarkentavia kysymyksiä. Koillissanomien haastattelun tein kokonaan puhelimitse, mutta lähetin kysymykset etukäteen päätoimittajalle mietittäväksi.

Haastattelutapa oli varmasti yksi syy, mikä vaikutti Kalevasta saamiini kattaviin vastauksiin. Toinen syy saattoi olla se, että Kalevassa haastattelin verkkotuottajaa, jolla on läheistä käytännönkokemusta toimitustyöstä. Muut haastateltavat olivat päätoimittajia, joille tavallinen toimitustyö saattaa olla jo kaukaisempaa, vaikka kaikki ovat todennäköisesti jossain vaiheessa itsekin toimineet tavallisina toimittajina.

8.2. Printin ja verkkolehden eroista

Haastatteluiden jälkeen jäin pohtimaan Kalevan Niiles Nousuniemen mainintaa siitä, että verkossa jutut ovat rakenteeltaan lehteä uutismaisempia. Internetissä kerrotaan yleensä vain kaikkein olennaisin ja ainoastaan ne faktat, jotka ovat varmuudella tiedossa: mitä on tapahtunut, missä, milloin ja miksi. Lehden tehtäväksi jää pohtiva uutisointi. Mikä tällaiseen asiaan on johtanut, miksi näin pääsi käymään ja mitä tästä seuraa? Painetun lehden uutisoinnissakin on tärkeää erotella faktat ja mielipiteet toisistaan. Pohdinta tapahtuukin usein asiantuntijan äänellä tai kirjoittajan erillisellä kommentilla, joka on selkeästi erotettu itse uutisesta. Jollei lasketa lukijoiden kommentteja ja pääkirjoituksia,

verkossa pohdintaa ei juuri ole – ei varsinkaan toimittajan omaa pohdintaa. Kalevassa, Keskipohjanmaassa ja Koillissanomissa ei toimittajien kolumneja oikeastaan verkkosivuilla ole ollenkaan. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, että sellaiselle olisi tarvetta. Suomen Kuvalehdessä uutisia kommentoivia kolumneja kyllä on.

Jos selailee vaikkapa 50 vuotta vanhoja lehtiä, huomaa, että lehdessä on valtava määrä pieniä uutisia, sellaisia, jotka eivät tänä päivänä lehteen mahdu. Siis koko uutistarjonta, joka on ollut saatavilla, on laitettu lehteen, koska verkkoa ei ole vielä ollut. Tästä voisi tehdä suoran johtopäätöksen, että sanomalehdet ovat vuosien saatossa muuttuneet lähemmäksi aikakauslehtimäisyyttä ja taustoittavampaa uutistarjontaa. Vuosien saatossa lehdet ovat myös muuttuneet helpommin luettaviksi. Liiallisesta tekstistä on luovuttu, ja kuvat ovat nykyään hyvin tärkeässä osassa lehden sisältöä.

Mielestäni Koillissanomien päätoimittaja Petri Karjalaisen lausahdus siitä, että verkkoon laitetaan sellaisia uutisia, joiden odotetaan herättävän keskustelua, on hyvä. Verkko on paperilehteen verrattuna aktiivisempi väline. Lukijat voivat kommentoida uutisia, pohtia niitä ja keskustella muiden lukijoiden kanssa aiheesta. Suomen Kuvalehden toimittaja Juho Salminen puhui muutama vuosi sitten blogikirjoituksessaan siitä, kuinka kansalaisjournalismi kukoistaa verkkomedioissa uutisista käytävissä keskusteluissa. Kun toimitus tekee uutisen, monia näkökulmia, lähteitä ja yksityiskohtia on pakko rajata pois. Salminen kertoo, että tästä syystä verkkoon on syntynyt mielenkiintoinen tapa lukea uutisia: ensin luetaan toimituksen tekemä uutinen, sitten ihmisten käymä keskustelu aiheesta ja vasta sitten voi sanoa lukeneensa koko jutun. Keskustelut uutisesta ovat verkossa osa uutista. (Salminen 2009, 4.10.2011.)

Lehdet ovat painineet jo tovin sen kanssa, että lähes kaikki tieto on saatavilla ilmaiseksi verkossa. Kun laaja tiedonvälitys on kerran avattu kaikille ilmaiseksi, on vaikea enää perääntyä. Sisällön pitäminen laajalti ilmaisena on perusteltua sillä, että vaikka taloudelliset tappiot ovat suuret, imagotappio olisi vielä suurempi maksullisen sisällön kohdalla tai jos lehdellä ei olisi verkkosivuja ollenkaan. Kalevan Niiles Nousuniemi mainitsi, että verkkolehden yksi tapa

selviytyä taloudellisesti on se, että tiedotusvälineet yksissä tuumin päättävät alkaa periä maksua uutisista. Tätä vaihtoehtoa hän piti kuitenkin erittäin epätodennäköisenä. Todennäköisempää hänen mukaansa on se, että printti siirtyy jollain aikavälillä kokonaan sähköiseen muotoon, esimerkiksi tabletteihin.

8.3. Hyvän jutun ainekset

Haastatteluissa toistui se, että hyvän jutun ainekset ovat samat välineestä riippumatta. Iskevä otsikko, selkeä sisältö ja taitava tarinankerronta toistui päätoimittajien sekä Kalevan verkkotuottajan vastauksissa. Suomen Kuvalehden päätoimittaja määritteli mielestäni nasevasti hyvän jutun ainekset: olennaista on se, että suomen kieli on hyvää, faktat pitävät paikkaansa ja omat mielipiteet on erotettu uutisesta. Hyvä juttu noudattaa myös eettisiä ohjeita, avautuu lukijalle ja on helposti ymmärrettävä.

Journalistin ohjeita pidettiin yleisesti hyvinä lähtökohtina jutun tekemiseen. Kaikki pykälät ovat tärkeitä, mutta seuraavat kohdat ovat yksittäisen jutun sisällön kannalta erityisen merkittäviä.

2. Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille.
7. Myös toisen työtä käytettäessä on noudatettava hyvää tapaa. Lähde on mainittava, kun käytetään toisen julkaisemia tietoja.
11. Yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta. Myöskään kuvaa tai ääntä ei saa käyttää harhaanjohtavasti.
15. Otsikoille, ingresseille, kansi- ja kuvateksteille, myyntijulisteille ja muille esittelyille on löydyttävä sisällöstä kate.
16. Ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä. Piilomainonta on torjuttava.
26. Jokaisen ihmisarvoa on kunnioitettava. Etnistä alkuperää, kansallisuutta, sukupuolta, seksuaalista suuntautumista, vakaumusta tai näihin verrattavaa ominaisuutta ei pidä tuoda esiin asiaankuulumattomasti tai halventavasti. (Julkisen sanan neuvosto 2010, hakupäivä 28.10.2011.)

Hyvä juttu on todellakin hyvä riippumatta välineestä. Tutkimuksen mukaan ihmiset lukevat uutiset edelleen mieluiten printistä, mutta kyse on kaikesti tottumuksesta. Nuori sukupolvi lukee jatkuvasti yhä enemmän tekstiä tietokoneelta tai lukulaitteilta. Näin voisi kuvitella, että tulevaisuudessa lukulaitteet tai jokin muu tekniikka tulee ennen pitkää syrjäyttämään painetun lehden.

8.4. Mobiili jäämässä lukulaitteen varjoon?

Tapani Huovila pohti teoksessaan Uutinen eri välineissä, GSM-sähkeestä taustajuttuun eri välineiden rooleja uutiskilvassa. GSM oli kirjan ilmestymisaikaan, 2000-luvun alussa vielä uusi väline tiedonvälityksessä. Tuolloin Huovila kuvaili GSM-puhelinta välineenä kustantajalle saada uutinen perille vastaanottajalle sekä tehdä muutaman vuoden päästä myös taloudellisesti tuottavaa tulosta muiden välineiden tapaan. Tässä mielessä matkapuhelinuutisoinnissa on otettu askel taaksepäin, sillä nykyiset laitteet mahdollistavat laajan ilmaisen sisällön verkkoyhteyden kautta, eivätkä m-nettiversion varmastikaan ole taloudellisesti tuottavia huolimatta siitä, että sekaan on yritetty laittaa bannerimainoksia. Toki internetsivuja pääsi ennen älypuhelimiaikin selailemaan, mutta sivujen käyttö oli teknisesti vaikeaa, ja käyttäjiä oli loppujen lopuksi suhteellisen vähän.

Tekstiviestiuutiset olisivat tavoitettavuudeltaan varmasti yksi parhaimmista tiedonvälityskanavista, sillä ihmiset kulkevat kaikkialla kännykkä taskussaan. Tällaisten uutisten tilaajia on kuitenkin suhteellisen harvassa. Asiaan vaikuttaa oletettavasti se, että ihmisiä ärsyttää ja pelottaa jatkuva kännykän piippaaminen. Palvelut voivat olla joidenkin mielestä kalliitakin. Ylellä esimerkiksi tekstiviestiuutisten tilaaja voi valita uutisia tietyistä aihealueista, kuten urheilusta. Urheilussakaan ei kuitenkaan joka päivä tapahdu mitään merkittävää, ja palvelun tilaajaa saattaa nopeasti alkaa ärsyttää turhat viestit, ja hän lopettaa tilauksen. Sellainen tekstiviestiuutisointi, jossa palvelun tilaaja saisi mahdollisimman yksityiskohtaisesti vaikuttaa siihen, millaisia uutisia

tekstiviestillä lähetetään, voisi toimia. Suuronnettomuudet esimerkiksi kiinnostavat varmasti kaikkia. Kukapa ei haluaisi ensimmäisten joukossa tietää, jos Finnairin kone syöksyy maahan, Barack Obama murhataan tai tsunami pyyhkäisee Kanariansaarten ylitse. Suuronnettomuuksien kriteerit tulisi kuitenkin määritellä tarkasti. Pienillä paikallis- ja maakuntalehdillä palvelu on ehkä tarpeettomampi kuin isoilla lehtitaloilla ja uutistoimistoilla, mutta idea on silti kehittämiskelpoinen. Kaleva voisi esimerkiksi lähettää halukkaille tekstiviestillä tiedon, kun Oulussa tapahtuu jokin suuronnettomuus.

Haastatteluiden pohjalta minulle jäi tunne, että mobiileihin päätelaitteisiin ei enää panosteta, vaan kaikki huomio on nyt lukulaitteissa. Suomen Kuvalehti oli ainoa haastattelemani lehdistä, joka sanoi pohtivansa kännyköille tarkoitettua maksullista sisältöä. Millaista maksullista sisältöä, se selviää todennäköisesti vuoden sisällä.

8.5. Lukulaitteisiin panostetaan, vai panostetaanko?

Kaikki haastattelemani esimiehet tuntuivat olevan yhtä mieltä siitä, että lukulaitteet tulevat yleistymään ja tulevaisuudessa niille täytyy tuottaa yhä enemmän sisältöä. Tällä hetkellä monellakaan lehdellä ei ole vielä lukulaiteversiota tarjolla. Ne lehdet, joiden juttuja voi jo lukea lukulaitteilla, ovat panostaneet vaihtelevasti sisältöön. Suomen Kuvalehti taittaa näköislehden erikseen ja tarjoaa lehden lukulaiteversion ostajalle hyvän visuaalisen ulkoasun lisäksi sellaista materiaalia, jota ei printissä ole saatavilla. Lisämateriaalilla ja paperiversiota hieman alhaisemmalla hinnalla lehti houkuttelee lukijoita siirtymään lukulaiteversion tilaajaksi. Kalevallakin lukulaiteversio maksaa printtiversiota vähemmän, mutta hintaero on minimaalinen.

On aika yllättävää, että lehdet pyytävät lukulaiteversioista niinkin kovia hintoja kuin pyytävät. Jos näköislehti olisi selvästi paperista lehteä halvempi, houkuttelisi se ihmisiä ostamaan lukulaitteita. Paino- ja jakelukustannukset ovat nykyisellään niin kalliita, että lehtien taloudellinen pelastus olisi, mikäli mahdollisimman moni lukija siirtyisi tilaamaan lehteä lukulaitteelle. On oikea

noidankehä, kun lukijat odottavat, että lukulaitteille tulisi enemmän ja laadukkaampaa sisältöä tarjolle ennen kuin sijoittavat kalliiseen laitteeseen. Lehdet taas eivät panosta sisältöihin kunnolla niin kauan kunnes on varmaa, että lukulaitteet todella yleistyvät merkittävästi.

On absurdia, että lehdet tekevät printin sisällöistä lukulaiteversioita, mutta eivät sitten käytä lukulaitteen koko kapasiteettia. Epätarkka, tavallinen, tietokoneella luettava näköislehti ei aja ihmisiä ostamaan lukulaitteita. Jatkuvasti pursuavat lehtipinot kyllä ärsyttävät kotona, mutta jotain ylimääräistä materiaalia täytyy olla tarjolla, ennen kuin lukulaitteeseen on järkevää sijoittaa.

Lukulaitenäköislehdessä olevaan yksittäiseen juttuun voisi liittää linkkejä lehden verkkosivuille, videota, kuvagallerioita, grafiikkaa. Näköislehden juttuja voisi jopa päivittää aina kun jotain uutta ilmenee lehdessä käsiteltyyn aiheeseen. Tämä johtaisi kylläkin siihen, että jatkojuttuja ei tehtäisi enää yhtä suuressa määrin kuin tähän saakka. Lukulaitteen avulla olisi mahdollista päästä hyvin lähelle Harry Potter -elokuvista tuttua lehteä, jossa kuvat liikkuvat ja lehti ikään kuin elää lukijan käsissä. Vain mielikuvitus on rajana.

Haastattelemistani henkilöistä Koillissanomien Petri Karjalainen nosti esille lukulaitteiden kytkykauppamahdollisuuden. Yksi tapa, jolla lukijat voidaan saada siirtymään painetun lehden tilaajista lukulaiteversion tilaajiksi, on se, että kaupataan vaikka lehden vuosikertaa ja annetaan lukulaite kaupan päälle. Tavoitteena on jälleen kerran paino- ja jakelukustannuksissa säästäminen. Tällainen kytkykauppa saattaisi olla pienten paikallislehtien pelastus.

On tärkeää miettiä, mitä uutta lukulaitteet voivat tuoda verrattuna tietokoneeseen. Miksi lukijan kannattaa ostaa nimenomaan lukulaiteversio lehdestä? Jotta se todella on kannattavaa, lukulaitteen sisällön tulee poiketa muiden välineiden sisällöistä. Saattaa olla, etteivät ihmiset innostu ostamaan lukulaitteita, jos sama näköislehti on luettavissa tietokoneella. Jos lukulaitteista halutaan tehdä hittituote, niihin pitäisi alkaa panostaa. Niissä täytyisi olla paljon ekstramateriaalia verrattuna tietokoneella luettavaan näköislehteen tai painettuun lehteen.

Myös mainostajat täytyisi saada innostumaan lukulaitteista, mutta ensin lehtien pitäisi huolehtia siitä, että lukijoita riittää. Kun niitä on tarpeeksi, mainostajat seuraavat perässä. Mainostajienkin kannalta olisi suotavaa, että ihmiset siirtyisivät käyttämään lukulaitteita lehden lukemiseen painetun lehden sijaan, sillä he voisivat mainostaa kuvilla, videoilla, äänillä toisin kuin printissä. Lukulaitteelle voisi kehittää myös jonkin täysin uudenlaisen tavan mainostaa. Lehtien esimiehet toistelivat, että bannerimainonnalla ei tule saamaan voittoa. On keksittävä uusia ansaintalogiikoita, ja uusi väline antaisi siihen oivan mahdollisuuden.

Mediakonvergenssia on selvästi havaittavissa toimituksissa. Kun lehden toimituksessa eri päätelaitteet ja tekniikka lähenevät toisiaan, myös eri päätelaitteille tuotetut sisällöt lähenevät toisiaan. Vaarana on, että lukulaitteille, verkkoon, mobiileille päätelaitteille ja painettuun lehteen tuotetut sisällöt ovat niin lähellä toisiaan, että lukija tyytyy esimerkiksi pelkkään verkkosivujen selailuun ja jättää näköislehden ostamatta. Toimituksissa on hyvä miettiä eri päätelaitteiden rooleja, mahdollisuuksia ja vahvuuksia tiedonvälityksessä.

Mobiilit päätelaitteet kulkevat ihmisten mukana jatkuvasti. Ihmiset tavoitetaan matkapuhelinten avulla, ja matkapuhelimia käytetään nykyisin enemmän kuin koskaan tiedonhakuun. Toimitukset voisivat käyttää tätä enemmän hyväkseen. Matkapuhelinuutisoinnin vahvuus on nopea tavoitettavuus. M-nettiversioon voisi esimerkiksi lähettää nopean sähkeen ennen kuin tekee laajemman sähkeen tavalliselle verkkosivulle. Myös tekstiviestipalveluja voisi harkita.

Verkkosivujen vahvuudet ovat nopeudessa. Verkkolehden riittävät lyhyet sähkeet. Painetun lehden tehtävä on taustoittaa ja syventää internetissä kerrottua. Lukulaitteen roolia vielä haetaan, mutta mikäli halutaan, että painetun lehden lukijat siirtyvät lukulaitelukijoiksi, on sisällön oltava printtiä laajempi ja verkkoa huomattavasti kattavampi. Lukulaitteen vahvuuksia voisi olla myös laajan sisällön lisäksi reaaliaikaisuus. Mistään muualta ei saisi tekstimuodossa niin kattavaa reaaliaikaista tietoa.

LÄHTEET

Aalto, T. 2009. Jos versiointi tarkoittaisikin yleistajuisen ja erikoistajuisen jutun tekemistä? Hakupäivä 22.9.2011, <http://blogit.yle.fi/aalto/jos-versiointi-tarkoittaisikin-yleistajuisen-ja-erikoistajuisen-jutun-tekemista>.

Adage 2011. Hakupäivä 30.10.2011, <http://www.adage.fi/blogi/2011/alypuhelimet-syrjayttamassa-tietokoneen-vapaa-ajalla/>.

Henriksson, A. 2011 Paikallisportaali pelastaa paikallislehdet. Teoksessa U. Alakangas ja P. Sillanpää (toim.) LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, 17–23. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010 Tutki ja Kirjoita. Helsinki: Tammi.

Huovila T. 2001 Uutinen eri välineissä. GSM-sähkeestä taustajuttuun. Vantaa: Inforviestintä.

Julkisen sanan neuvosto 2010. Journalistin ohjeet ja liite. Hakupäivä 28.10.2011, http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/.

Karhu, S. 2006. Verkkolehti vai lehden kuva verkossa? Teoksessa J. Matikainen, P. Aula & M. Villi (toim.) Tutkielmammatka verkkoviestintään. Helsinki: Yliopistopaino, 11–23.

Levikintarkastus Oy 2011. Hakupäivä 30.9.2011, <http://www.levikintarkastus.fi/index.php>

Lahti, T. 2010. Minkä version tulevaisuudessa valitset?: pistedokumentin versiointi. Metropolia. AV-mediatuotanto. Opinnäytetyö.

Lappalainen, E. 2010. Uusi ajattelu ojensi avaimet lukijalle. Suomen Lehdistö

80 (2), 12–13.

Porttinen, K. 2010. Pieniä puroja. Hakupäivä 20.9.2011, <http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2010/15/artikkelit/pienia-puroja/>.

Salminen, J. 2009. Kansalaisjournalismi: Huhut kuolemastani ovat liioiteltuja. Hakupäivä 4.10.2011, <http://suomenkuvalehti.fi/blogit/paivitys/kansalaisjournalismi-huhut-kuolemastani-ovat-liioiteltuja>

Timonen, J. 2003. Mediakonvergenssi maakuntalehdissä. Tampereen yliopisto. Tiedotusoppi. Pro gradu.

Viestinnän keskusliitto 2011. eReading-hanke tuo sisältöjä sähköisiin lukulaitteisiin. Hakupäivä 20.9.2011, http://www.vkl.fi/toimiala/next_media_ohjelma/ereading.

Viestinnän keskusliitto 2010. Sähköisten lukulaitteiden markkina. Hakupäivä 15.10.2011, http://www.viestinnankeskusliitto.fi/files/1390/Roponen_Sahkoisten_lukulaitteiden_markkina_VKL.pdf

Vilka, H. 2005 Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Aineisto

Nousuniemi, N., verkkotuottaja, Kaleva. 2011. Haastattelu 6.10.2011.

Jaakkola, L., päätoimittaja, Keskipohjanmaa. 2011. Haastattelu 21.10.2011.

Lehojärvi, J., valokuvaaja, Keskipohjanmaa. 2011. Haastattelu 27.10.2011.

Karjalainen, P., päätoimittaja, Koillissanomat. 2011. Haastattelu 24.10.2011.

Ruokanen, T., päätoimittaja, Suomen Kuvalehti. 2011. Haastattelu 21.10.2011.

Kysymykset esimiehille

1. Millaisia juttuja verkkolehdessä jaetaan ilmaiseksi ja miksi?
2. Mitä verkossa on enemmän ja mitä vähemmän verrattuna printtiin?
3. Miten verkkolehden ja printtilehden tarkoitus ja toimintaidea poikkeavat toisistaan ja miten ne tukevat toisiaan?
4. Millaisista elementeistä toimiva nettijuttu rakentuu (otsikko, sisältö, kuvitus, pituus jne.)?
5. Millaisista jutuista lukijat pitävät? Haetaanko klikkauksia tietoisesti ja millä keinoilla?
6. Onko netissä taiton/asettelun variaation mahdollisuutta?
7. Paljonko netti tuo takaisin sinne uhratuista rahoista? Milloin ja miten uskotte nettilehden tuovan voittoa?
8. Julkaiseeko lehtenne juttuja mobiileihin päätelaitteisiin? Millaisia? Onko niiden tuottaminen automatisoitu? Ovatko jutut ilmaisia vai maksullisia ja millä perusteella?
9. Onko lehdellänne lukulaitteversiota? Onko sellainen suunnitelmassa? Paljonko se maksaisi ja millainen sisältö siinä olisi verrattuna paperilehteen ja ilmaiseen verkkoversioon?
10. Miksi on tärkeää tuottaa vastaisuudessa juttuja lukulaitteille?
11. Millaisilla resursseilla ja tekniikalla lukulaitteisiin tehdään tai tullaan tekemään sisältöä? Automatisoidaanko tuotanto toimitus/julkaisujärjestelmään vai muokataanko sitä erikseen?
12. Vaikuttaako tai vaikuttaisiko juttujen julkaiseminen lukulaitteessa jotenkin toimituksen työntekoon?
13. Millaiset jutut toimivat erityisesti lukulaitteissa?
14. Millaista sisältöä lukulaitteessa tulee julkaista, jotta lukijat ovat valmiita maksamaan siitä?
15. Jos sama juttu versioidaan printtiin, verkkoon, kännykkään ja lukulaitteelle, millaisia painotuksia tehdään/ tulisi tehdä?

Produktion lehtiversio

Vastikkeet jatkavat nousuaan

Asumisoikeusasukkaat ovat tuhtuneita jatkuvista vastikkeiden korotuksista. Ensi vuodeksi luvassa on suurimman asumisoikeustalojen omistajan Suomen asumisoikeus Oy:n mukaan keskimäärin neljän prosentin perusvastikkeen korotukset. Täksi vuodeksi korotusta tapahtui Suomessa keskimäärin 6,4 prosenttia. Asukkaat ovat ihmeissään.

”Olen tietenkin vastikkeiden nousua vastaan, enkä ymmärrä korotuspainetta kaikilta osin. Yhtiössä ei ymmärretä, että ihmiset muuttavat asunnoistaan pois. Eräässäkin kohteessa Tampereella on ollut lähes pysyvät asukkaat toistakymmentä vuotta. Korotusilmoitusten jälkeen melkein puolet heistä on muuttanut pois”, asumisoikeusasunnossa asuva oululainen Markku Kokkonen sanoo.

46,5 neliöisessä Oulun keskustan asunnossa vastikkeen korotusta on vuoden sisällä tapahtunut liki sata euroa. Kokkonen itse asuu 81 neliön kokoisessa asunnossa keskustan tuntumassa. Korotusta vastikkeeseen tulee ensi vuodeksi hieman vajaat 50 euroa.

”Ne ovat tuntuvia korotuksia”, Kokkonen toteaa.

Suomen asumisoikeusasukkaat ry:n puheenjohtaja, liiketoiminnan etiikan dosentti Jukka Kilpi toteaa, että sama linja on jatkunut jo muutaman vuoden ajan.

”Vastikkeet ovat nousseet kaikissa kolmessa suurimmassa omistajayhtiössä vuosittain 5-10 prosenttia. Eiväthän asukkaat ilahtuneita ole. He ovat tyrmistyneitä ja monet ovat myös sellaisen tilanteen edessä, ettei kohta enää ole varaa asua asumisoikeustalossa”, Kilpi kertoo.

Kilven mukaan monella paikkakunnalla vastikkeet ovat ajaneet arava- ja vapaarahoitteisten vuokratalojen vuokrien ohi, vaikka asumisoikeuslaissa sanotaan, ettei näin saisi olla.

”Asumisoikeusasuntojen omistamisesta on tullut huipputuottavaa liiketoimintaa. Esimerkiksi Suomen Asumisoikeus Oy:n liikevoitto vuonna 2010 oli 44 miljoonaa euroa, mikä on 38 prosenttia liikevaihdosta”, Kilpi tuhahtaa. Suomen Asumisoikeus Oy:n toimitusjohtaja Marko Pyykkönen vakuuttaa, ettei lakia rikota.

”Käyttövastikkeita pitää verrata käyttöarvoltaan vastaavanlaiseen, ikäiseen ja tapaiseen, vuokra-asuntoon. Vastikkeet ovat kaikkialla reilusti alle niiden vuokran”, Pyykkönen sanoo.

Pyykkönen kertoo vastikkeiden nousseen jälleen tänä syksynä, koska asumisen kustannukset nousevat.

”Vastikkeesta suurin osa menee lainanlyhennyksiin ja korkoihin. Jotta vastikkeet alenisivat tai nousutahti laantuisi, valtion pitäisi tehdä ihan toisenlaisia ratkaisuja sen suhteen, mistä verotuloja otetaan”, Pyykkönen kertoo.

Asukashallituksessa istuva Kokkonen kertoo, että asukkaat pyrkivät vaikuttamaan lainsäädäntöön.

”Yritämme saada lainakorkoja alemmiksi. Asumisoikeusasunnoista maksetaan ylihintaista korkoa. Tällaiset seikat ovat vaikuttavia asioita.”

Asukkaiden todellisista vaikutusmahdollisuuksista Kokkonen ei ole kuitenkaan vakuuttunut.

”Voihan niitä miettiä, mutta lopulta yhtiössä tehdään päätökset, emmekä me pysty puuttumaan niihin.”

Faktalaatikko:

- Asokodin saa maksamalla 15 % asunnon hankinta-arvosta sekä kahden kuukauden käyttövastikkeen vakuusmaksuna.

- Asukas maksaa lisäksi kuukausittain käyttövastiketta, joka koostuu perusvastikkeesta ja hoitovastikkeesta.
- Hoitovastikkeeseen sisältyy talokohtaiset kulut, perusvastikkeeseen yhtiökohtaiset kulut.
- Asumisoikeuslaki (650/1990) 16§: Käyttövastike ei saa olla paikkakunnalla käyttöarvoltaan samanveroisista huoneistoista yleensä perittäviä vuokria korkeampi.
- Asukkaalla on pysyvä asumisoikeus.

Liite 3

Produktion verkkoversio

Vuodessa liki sata euroa korkeampi vastike

Oululainen asumisoikeusasukas Markku Kokkonen on hämmentynyt vastikkeiden jatkuvista korotuksista. Hän itse asuu 81 neliön kokoisessa asunnossa keskustan tuntumassa. Ensi vuodeksi korotusta vastikkeeseen tulee hieman vajaat 50 euroa kuukaudessa. 46,5 neliöisessä Oulun keskustan asunnossa vastikkeen korotusta on vuoden sisällä tapahtunut liki sata euroa.

”En ymmärrä korotuspainetta kaikilta osin. Yhtiössä ei ymmärretä, että ihmiset muuttavat asunnoistaan pois. Eräissäkin kohteissa Tampereella on ollut lähes pysyvät asukkaat toistakymmentä vuotta. Korotusilmoitusten jälkeen puolet heistä on muuttanut pois”, Kokkonen kertoo.

Lue lisää vastikkeiden noususta huomisesta Kalevasta!