



Eleonoora Riihinen

JOURNALISMIN UUDET VUOROVAIKUTUSKEINOT

Eli kuinka joukkoälyä käytetään osana toimituksellista työprosessia

JOURNALISMIN UUDET VUOROVAIKUTUSKEINOT

Eli kuinka joukkoälyä käytetään osana toimituksellista työprosessia

Eleonoora Riihinen
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Eleonoora Riihinen

Opinnäytetyön nimi: **JOURNALISMIN UUDET VUOROVAIKUTUSKEINOT**

Eli kuinka joukkoälyä käytetään osana toimituksellista työprosessia

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2012 Sivumäärä: 89 + 4 liitesivua

Joukkoäly journalistisessa prosessissa on vielä vähän kokeiltu toimitustyökalu, joka yhdistää yleisön hyödyntämisen, tutkivan journalismin ja verkon datasovellukset. Joukkoälyllä tarkoitetaan jonkin tehtävän ulkoistamista ennalta nimeämättömälle joukolle ihmisiä.

Tutkielmassani selvitän, millainen prosessi joukkoälyn käyttö on journalistisessa työprosessissa ja kuinka kiinnostuneita pienemmän levikkialueen maakuntalehdet ovat käyttämään yleisöä osana journalistista prosessia uusia toimitusmetodeja hyödyntäen.

Tutkielman aineistoperustassa käyn läpi toimituksellisen prosessin muutosta, journalismin kriisiä ja teknologian kehittymisen vaikutusta sanomalehdistöön ja yleisön tapoihin kuluttaa mediaa. Aineistosta erottuu kahtiajako muutoksen vaikeavuudesta, jolla esimerkiksi joukkoälyn käyttöä perustellaan.

Suomalaisia joukkoälyprojekteja ei ole aiemmin käsitelty, joten tutkielmani purkaa kaksi prosessia osiin uuden tiedon kannalta olennaisella tavalla. Tutkielman yhteenvetoon on koottu kymmenen kohdan ohje toimituksille joukkoistamisen toteuttamiseksi. Tutkielman joukkoistamisprosessin kuvailemista varten on haastateltu joukkoälyä toimitustyössä käyttäneitä toimittajia. Varsinaiseen tutkimusosaan on haastateltu maakuntalehtien esimiehiä.

Tiukka taloustilanne maakuntalehdissä ei houkuta kokeilemaan projekteja, joista ei ole valmiita esimerkkejä ja joiden tuloksista ei voi mennä täysin takuuseen. Toimituksissa saatetaan myös ajatella, että tiedonhankinta kuuluu toimittajien työnkuvaan, eikä sitä voi ulkoistaa yleisölle.

Joukkoälyn käytölle ei näytä olevan aktiivisia esteitä. Yksittäisen kirjoittavan tai tuottavan toimittajan kokeiluhaluus saattaa olla ratkaisevassa osassa. Joukkoälyä kokeilleet haastateltavat uskoivat joukkoälyn käytön lisääntyvän, kun onnistuneita esimerkkejä saadaan lisää.

Asiasanat: Joukkoäly, joukkoistaminen, datajournalismi, kansalaisjournalismi, tutkiva journalismi, maakuntalehdet, sanomalehdet,

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Communication, Option of journalism

Author: Eleonoora Riihinen

Title of thesis: New Tools of Participatory Journalism - How to use crowdsourcing as a part of the editorial process?

Supervisor: Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2012

Number of pages: 82 + 4

Using crowdsourcing in an editorial process combines three aspects of future journalism. It uses audiences, investigative journalism and Internet applications. Crowdsourcing in general means outsourcing tasks to an undefined public.

This Bachelor's thesis is about to answer two main questions. First, how to use crowdsourcing as a part of the editorial process. Second, are the regional papers ready to involve the audience to the editing process by using these new methods of journalism? The source material summons up the changes in editorial process, the journalism crisis and the impact that technology has had on traditional media.

Crowdsourcing is a new tool that has not yet been used on a regular basis. So there is very little information exists about the editorial process of gathering and using crowd content. As a result of the survey I have made a guide for using crowdsourcing as a part of the editorial process.

This process has been surveyed by interviewing journalists who have used crowdsourcing. For the main part of the study information was gathered from regional paper superiors. It seems that the risk of using crowdsourcing is too big for the limited resources of regional papers. The editorial staff might also think that the information gathering phase of the process is a task only a journalist can do.

There was no active objection to using crowdsourcing. The role of one single willing journalist could be very important for testing new journalistic methods. Those who had used crowdsourcing said that the use of crowdsourcing will increase after more successful examples.

Keywords: crowdsourcing, datajournalism, newspapers, media, journalism

SISÄLLYS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 JOHDANTO | 7 |
| 2 KRIISI SYNNYTTÄÄ MUUTOKSEN | 10 |
| 2.1 Tutkimusmenetelmät ja aineisto | 14 |
| 2.2 Haastattelutyypit ja haastateltavat | 14 |
| 2.3 Keskeiset käsitteet | 15 |
| 3 JOURNALISMIN TEHTÄVÄT | 18 |
| 3.1 Journalismia talousmullistuksesta välinevallankumoukseen | 19 |
| 3.2 Journalistisen työprosessin muutos | 20 |
| Kohti ihmistä – ihmisläheisen journalismin synty | 23 |
| 4 YLEISÖJEN JA JOUKKOJEN RAKENNE | 26 |
| 4.1 Yleisön käsite | 26 |
| 4.2 Osallistumisen kulttuurin synty ja sosiaalisen median vertaisverkko | 27 |
| 4.3 Miksi osallistua? Kansalaisjournalismin perinteestä kansan journalismikritiikkiin | 30 |
| 4.4 Edustava vai itsenäinen? Kun yleisö osallistuu ja kritisoi | 32 |
| 4.5 Joustava, rajaton joukkovoima | 35 |
| 5 VALJASTETTU JOUKKOÄLY | 38 |
| 5.1 The Guardian | 38 |
| 5.1.1 Kulukorvaustositteiden joukkotutkinta | 38 |
| 5.1.2 Ian Tomlinsonin kuolema | 39 |
| 5.2 Helsingin Sanomien arvopaperitutkimus | 40 |
| 5.2.1 Valtava aineisto käsiteltäväksi | 41 |
| 5.2.2 Lukijan vihje paljasti pankkiirien omistukset | 43 |
| 5.2.3 Yllättävä jälkiseuraus: tietosuojavaltuutetun selvityspyyntö | 44 |
| 5.2.4 Joukkoäly tulevaisuudessa tutkivan journalismin työkaluksi | 45 |
| 5.3 Suomen Kuvalehden Totuuspuntari | 46 |
| 5.3.1 Systemaattisesti tutkittuja sanomisia | 47 |
| 5.3.2 Joukkoäly kehittää lukijasuhdetta | 50 |
| 5.3.3 Onnistuneet esimerkit kannustavat kokeilemaan | 52 |
| 5.4 Yleisön ja toimituksen yhteinen projekti | 53 |
| 6 HAASTATTELUTUTKIMUKSEN TULOKSET | 55 |
| 6.1 Lukijavuorovaikutusta monella tasolla – Nykytilanteen kartoitus | 56 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Missä määrin yleisöä voisi hyödyntää? | 58 |
| 6.2 Sisällöntuottaja vai tietolähde? Millaista tietoa lukijalta halutaan? | 60 |
| 6.3 Varovainen maakuntalehti – Millainen joukkoälyn rooli voisi olla? | 62 |
| Toimittajan tahtotilalla on ratkaisevassa osassa | 63 |
| 6.4 Toimitusprosessin näkökulmasta riskinotto ei houkuta | 64 |
| 6.5 Uusi journalismi. Uusi toimittaja? | 66 |
| 6.6 Sanomalehti suuntaa erilleen verkosta | 67 |
| 6.7 Tutkivalle journalismille ei löydy resursseja | 69 |
| 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA | 71 |
| LÄHTEET | 81 |
| LIITTEET | |

1 JOHDANTO

Yhdysvalloissa toista sataa vuotta vanhoja sanomalehtiä, sotien ja suurlaman veteraaneja, on kaatunut toinen toisensa jälkeen teknologiakehityksen rintamalla. Niitä pommitettiin ensin ilmaisilla sisällöillä ja niiden maksumuurit hajosivat. Sitten petti tiedustelu ja sanomalehtien rahoitus kaatui ansaintalogiikan täyskäännökseen. Viimeisenä niittinä samalle taistelukentälle vyöryi soluttautujia ja koko toimittajuus-instituutio kyseenalaistettiin. Sanomalehtien ja kustantajien vastalauseita alettiin verrata aikoinaan painokonetta vastustaneiden kirjureiden hätähuutoihin. Kysymys kuuluu, mitä tapahtuu suomalaiselle sanomalehdistölle? Ei mitään, sanovat toiset. Vallankumous, ennustavat toiset. Molempia näkemyksiä puoltavia merkkejä on ilmassa.

Tutkielman aiheeksi valitsin joukkoälyn, sillä se antaa tilaisuuden tutkia molempia näkemyksiä ja niiden perusteluita. Joukkoälyyn journalistisena työkaluna päädyin siksi, että se symboloi molempia maailmoja: joukkoja, jakamisen ja osallistumisen kulttuurin syntyä ja toimituksia, jotka pyristelevät pitääkseen levikkejään kannattavina internet-ajassa tinkimättä journalistisen työn laadusta. Joukkoälyä käsitellessäni voin samalla kuvata muitakin uuden journalismin suuntauksia, avointa dataa ja läpinäkyvyyden vaatimusta.

Uuden journalismin ja datajournalismin muutoksen teemat ovat valtavia. Olen tehnyt muutamia tietoisia rajauksia. Vaikka tutkielman teemat koskevat periaatteessa kaikkea viestintää, olen valinnut tutkimuskohteekseni perinteisen printtiin nojautuvan kaupallisen sanomalehdistön. Rajauksen avulla pystyn parhaiten tuomaan ilmi niitä julkaisuformaatin ja ansaintalogiikan lainalaisuuksia, jotka vaikuttavat toimitusten halukkuuteen kokeilla uusia toimitusmetodeja. Sanomalehdistöstä puhutaan yleisesti silloin, kun halutaan kiteyttää journalismin kriisi ja viestintäkentän muutos. Sanomalehdistön valitsin myös henkilökohtaisen ammatillisen kiinnostuksen ja oman työkokemukseni vuoksi.

Olen tehnyt myös muutamia sisältöä koskevia rajauksia. Vaikka käsittelen avointa dataa, en mene syvälle teknologiaan enkä kuvaile datajournalismia it-

sessään. Olen valinnut käytännölliseksi lähtökohdakseni toimituksellisen työprosessin. Journalismin ja teknologian murroksessa olisi ollut myös perusteltua käsitellä lukulaitesovelluksia ja digitaalista levikkiä, mutta kyseisen aihealueen syvällinen käsittely ei ole tämän tutkielman puitteissa mahdollista.

Tutkielman pääotsikko kuuluu: ”Journalismin uudet vuorovaikutuskeinot”. Se vaikuttaa äkkiseltään epämääräiseltä. Siihen, miksi en nimennyt työtäni esimerkiksi ”Journalismin uudet työkalut”, on perusteltu syy. Yksi tutkielman pääluvuisista on nimittäin omistettu kokonaan yleisölle, lukijoille, joukoille. Heidän äänensä on viime vuosina vahvistunut, monipuolistunut ja koventunutkin. Kaikki merkit osoittavat, että he haluavat osallistua. Joukkoäly on keino hyödyntää vertaisverkkojen synnyttämää joukkovoimaa, jos niin halutaan.

Tutkielman otsikon loppuosa ”eli kuinka joukkoälyä käytetään osana toimituksellista työprosessia?” kertoo, että tutkielmassa käydään läpi toimituksen työtapoja ja juttuprosessia. Toimituksellisia työprosesseja ohjaavat journalistiset periaatteet. Journalistisia arvoja ja periaatteita pidetään pysyvinä ja muuttumattomina. Ympäröivä maailma kuitenkin muuttuu koko ajan. Uudet teknologiset ja sosiaaliset käytännöt aiheuttavat paineita ensin journalistiselle työprosessille ja sitä kautta muuttumattomina pidetyille arvoille. Absoluuttisen objektiivisuuden sijaan on alettu puhua avoimuudesta ja läpinäkyvyydestä. Nämä teemat ovat vahvasti esillä tässä tutkielmassa toimituksellisen työprosessin ja sen muutoksen kautta.

Suomessa toteutettua journalistista joukkoälyprosessia ei ole tämän tutkimuksen tekohetkeen mennessä vielä tarkasteltu eikä purettu osiin. Syykin on selvä. Aivan viime vuosiin saakka ei ole ollut prosesseja mitään tutkia. Mistä tämä johtuu? Palataan alun vastakkaisiin näkemyksiin suomalaisen journalismin selviytymistaidoista. Tilannetta selventämään voisi maalata tietoperustan pohjalta mielikuvan, jossa datan nimeen vannovat tulevaisuuteen kurkottajat syyttävät kokeiluhaluttomia toimittajia taantumukselliseksi jääriksi. Lähdeaineistosta ei kuitenkaan käynyt ilmi, että kukaan olisi kysynyt suoraan valtakunnallista lehdistöä pienemmän levikkialueen lehdiltä, miten niissä nähdään journalismin tulevaisuus. Onko maakuntalehdissä sijaa datajournalismille? Näihin kysymyksiin läh-

din hakemaan vastausta maakuntalehden esimiehiltä. Maakuntalehtien suhtautuminen joukkoälyyn on tutkielman uuden tiedonhankinnan lähtökohta.

Koko tutkielman sisältö on nyt purettu auki, mutta miksi ylipäätään edes päädyin uuden journalismin alueelle, arvailemaan tulevaa? Valitsin aiheeni vahvalla intuitiolla siitä, että verkko on mullistamassa journalismia tavalla tai toisella. Arki-kokemukseni kaltaisten nuorten aikuisten mediankäyttötavoista ei tuntunut vastaavan sitä mielikuvaa, minkä varaan sanomalehtien ansaintalogiikkaa kehittää. Journalismi kommentoi itsekin verkkomaailmasta lähtöisin olevia skuppeja ja yhä kiihtyvällä tahdilla samalla kun toimitusten omat henkilövoimavarat pienentyvät ja tutkivan journalismin resurssit kuihtuvat. Uusia kommunikaatiotyökaluja ja sovelluksia otetaan käyttöön jatkuvasti kaikkialla - paitsi uutishuoneissa. Ryhdyin miettimään, että pitääkö sanomalehtijournalismin vain nostaa kädet ilmaan ja katkerana katsoa verkon tuhoavan sen ansaintalogiikan perustan ilmaisella sisällöntuotannollaan, vai pitäisikö sen yrittää käyttää hyväkseen tietoverkoston kehitystä, osallistumisen kulttuurin syntymistä ja avoimen datan työkaluja? Viimeksi mainittu tuntuisi ilmeisimmältä valinnalta, mutta se onkin helpommin todettu kuin tehty.

2 KRIISI SYNNYTTÄÄ MUUTOKSEN

Tässä luvussa kuvailen tutkimusmenetelmiäni ja keräämääni tietoperustaa. Käyn läpi lähtökohtia ja teemoja, joiden pohjalta olen kerännyt tutkittavaa aineistoa, ja analysoinut koko tutkimusprosessia. Avaan myös tutkielman kannalta olennaisia käsitteitä.

Tietoperustani käsittelee teemoiltaan tulevaisuuden journalismia, uutta journalismia. Sanat *uusi* ja *journalismi* esiintyvät molemmat tutkielman nimessä, joten niihin pureudun seuraavaksi tarkemmin. Johanna Vehkoon teoksessa ”Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta” *uusi journalismi* sanaparilla tarkoitetaan journalismia, joka hyödyntää digitaalisen ajan mahdollisuuksia. Vehkoo kuvaa uutta journalismia avoimeksi, verkostoituneeksi ja keskusteltavaksi. Uusi journalismi käyttää hyväkseen uutta teknologiaa vanhan journalismin korkeimpia periaatteita noudattaen. (Vehkoo 2011, 9.)

Kautta linjan tulevaisuuden journalismista kirjoittavien asiantuntijoiden teksteistä käy ilmi vastakkainasettelu uuden ja vanhan journalismin välillä. Uuden journalismin suulla puhuvat lähdeteokset leimaavat perinteisen median edustajia vanhoilliseksi ja jälkijättöisiksi. Edellä mainitun Vehkoon teoksen ja toisen tulevaisuuden viestintää käsittelevän pamfletin ”Uusi kultakausi – Kuinka sosiaalinen media mullistaa kaiken” (Aitamurto, Heikka, Kilpinen & Posio 2011) kirjoitustapa on kärkevä ja herättelevä.

Nämä teokset kuvaavat suomalaiset perinteisen median edustajat sosiaalisen median ja digitaalisen vallankumousajan viimeisiksi muutosvastarintaman linna-akkeiksi. Uusi kultakausi -teoksen luvussa 5. ”Median kopernikaaninen käänne. Sosiaalinen media palauttaa arvot journalismiin” (Aitamurto ym. 2011, 92–127) suomalaisten mediatalojen vallankäyttäjät niputetaan yhdeksi muutosta vastustavaksi ryhmäksi ja heistä käytetään kuvainnollista nimitystä *Vanhoillisten keskusliitto*. Tätä käsitystä vastoin osa tutkijoista ja lehdistön edustajista taas kyseenalaistaa mediakentän muutoksen todellisia ja lopullisia vaikutuksia (esim. Couldry 2010, Pokkinen 2012).

Uuden ja vanhan jako tulee esille myös tässä tutkielmassa. Tietoperustan perusteella jakautumista tarkastellaan monelta kannalta. Monet journalismin murroksesta kirjoittavat asiantuntijat ottavat lähtökohdaksi journalismin kriisin.

Vehkoo jakaa kriisin kahteen: eksistentiaaliseen ja sosio-ekonomiseen kriisiin. Eksistentiaalinen kriisi johtuu teknologian kehityksen mahdollistamasta julkaisukynnyksen poistumisesta. Tiedonvälitykseen ei tarvita enää painotaloja, kustantajaa eikä jakelijaa, vaan kuka tahansa voi kantaa pientä julkaisualustaa mukanaan taskussa tai laukussa. Internet mahdollistaa tiedon julkaisun missä vain ja milloin vain käytännössä rajattomalle määrälle yleisöä. Eksistentiaalisen kriisin ydin on se, että toimittajan rooli portinvartijana on muuttunut ja toimittaja on korvattavissa. (Vehkoo 2011, 12–21.)

Sosio-ekonominen kriisi pohjaa länsimaisen sanomalehdistön taloudelliseen ja sosiaaliseen ahdinkoon, jonka kriisipesäkkeenä ja varoittavana esimerkkinä on Yhdysvallat. Levikit romahtivat 1990-luvun puolivälissä, kun internet tuli yhdysvaltalaisiin koteihin. Säästöjä haettiin toimittajien irtisanomisilla. Tämän seurauksena taas lehtien journalistinen laatu kärsi, kun samoja sisältöjä yritettiin tuottaa pienemmällä määrällä toimittajakuntaa. Kun lukijat huomasivat, että laatu oli pysyvästi laskenut, viimeisetkin irtonumeron ostajat kaikkosivat. Noidankehän seurauksena 30 prosenttia yhdysvaltalaisista toimittajista on menettänyt työpaikkansa sitten vuoden 2000. Lehtikatastrofi oli loppujen lopuksi monien tekijöiden summa. Viimeisenä niittinä vuoden 2008 laman myötä katosivat ilmoittajat ja voittoa tekevät lehtitalot eivät yksinkertaisesti selvinneet veloistaan. Osakkeenomistajien osingoista ei tingitty. Seurasi konkurssseja. (Vehkoo 2011, 22–25.)

Suomessa on vahva lukemisen perinne levikkikattavuutensa ansiosta ja lehtitaloilla menee vielä suhteellisen hyvin. Tästä huolimatta levikit ovat laskeneet taasisesti vuosikymmenen ajan. Suomalaislehtien yhteenlaskettu levikki laski viime vuosikymmenen aikana 14 prosenttia (Vehkoo 2011, 30). Vuonna 2010 yhteenlaskettu levikki laski 2,6 prosenttia edellisvuoteen verrattuna (Levikki, haku-päivä 16.2.2012). Vehkoon mukaan suomalaisilla lehtitaloilla ei ole varaa tuudit-

tautua tilattavuuteen. Hän arvelee, että levikkien lasku vain kiihtyy, sillä nuoret ovat tottuneet saamaan uutisensa internetistä. (2011, 30.)

Myös suomalaisten toimittajien työttömyys on lisääntynyt. Suomen journalistiliiton palkansaajajäsen työttömyyskassaan kuuluu noin 14 000 journalistia. (Journalistien ja esiintyvien taiteilijoiden työttömyyskassa, hakupäivä 17.2.2012.) Vuonna 2011 työttömyyskorvausta nosti 441 toimittajaa kuukaudessa, mikä on 4,5 prosenttia JET-kassan toimittajajäsenistä. Luku on koko 2000-luvun korkein. (Aro 2012a, hakupäivä 4.5.2012.)

Mediavuosi 2012 alkoi synkeillä lukemilla. Sanoma Newsistä lähti paketeilla ulos 126 ihmistä, joista alle puolet toimitusten väkeä. Sanoma Magazines teki heikennyksiä avustajasopimuksiin. Otavamediasta sai lähteä 44 ihmistä. (Aro 2012b, hakupäivä 16.2.2012.) Journalistiliiton lehti Journalisti maalailee helmikuun numerossaan Otavamedian yt-neuvotteluja otsikolla "Pimeyden päivät" (Valkama 2012, Hakupäivä 15.2.2012). Kaksi kuukautta myöhemmin 16.4.2012 Alma Media julkisti aloittavansa 810 työntekijää koskevat yt-neuvottelut. Yhtiö suunnittelee vähentävänsä enintään 135 työpaikkaa. (Alma Media tiedote 2012, hakupäivä 17.4.2012.)

Taloudellinen kriisi on myös yksi Esa Väli-verroksen jaottelusta journalismin kriisikeskustelun kategoriasta. Kategoriat ovat Vehkoota enemmän taustoittavia ja keskustelua summaavia kuin tätä päivää peilaavia. Kategoriat selittävät, miten näihin kriiseihin on tultu ja miten niistä on puhuttu. Journalismin vaikeuksista puhuttaessa keskustellaan Väli-verroksen jakauman mukaan taloudellisesta, internetin, uskottavuuden ja demokratian kriisistä. (Väli-verronen 2009, 14–15.)

Ensimmäinen, taloudellinen kriisi, menee yhteen Vehkoon sosio-ekonomisen kriisin kategorian kanssa. Sen ytimessä on mediatalojen bisnesmalli. Osakkeenomistajat vaativat mediataloilta yhä suurempia ja nopeampia voittoja. Journalismista on tullut yhä selvemmin liiketoimintaa, jonka kauppatavaraa uutiset ovat. (Väli-verronen 2009, 13.)

Vehkoon (2011, 31) mukaan Suomen tilanteessa suoraa verrannollista Yhdysvaltoihin on suurten osinkojen jako. Sanomassa osinkoja jaettiin vuoden 2010 liiketuloksesta viime vuonna 59,4 prosenttia. Kalevassa osinkoja jaetaan tuloksen mukaan, josta tänä vuonna 2012 omistajalle maksetaan noin kolmannes. A-lehdissä osinkoa maksettiin viime vuonna vajaa viidennes liiketuloksesta. (Aro 2012b, hakupäivä 16.2.2012.) Kolme viikkoa ennen Alma Median irtisanomisaikojen julkistusta 26.3.2012, konsernin osakkeenomistajille maksettiin osinkoina 30 miljoonaa euroa liki 52 miljoonasta jakokelpoisista varoista (Hallituksen toimintakertomus 2012, hakupäivä 17.4.2012). Vehkoo kirjoittaa, että voitto-odotusten laskeminen vapauttaisi resursseja uusille innovaatioille (2011, 32).

Väliverroksen kriisikategorioinnissa internetin aiheuttama kriisikeskustelu menee niin ikään samoille lähteille Vehkoon nimittämän eksistentiaalisen kriisin kanssa. Väliverroksen mukaan journalismin kriisistä puhuttaessa internet nähdään kielteisessä valossa: uhkana vakavalle journalismille (Väliverroksen 2009, 21, 23). Uskottavuuden ja demokratian kriisit paketoivat keskustelun journalismin vaikuttavuudesta suhteessa lukijoihin ja demokratiaan. Edellä mainitut kriisit ovat laadullisia ja sisällöllisiä ja liittyvät olennaisesti talouden ja internetin vaikutuksiin. (Väliverroksen 2009, 17–21, 24–26.)

Kriisit ovat uuden journalismin synnyn lähtökohta. Tähän viitekehykseen rakentuu myös opinnäytetyön aihe uusista vuorovaikutuksellisista työkaluista. Ruotsin kolmanneksi suurimman päivälehti Svenska Dagbladet käytti valtiopäivävaalien uutisoinnin yhteydessä faktantarkistusta ja otti yleisön näkyvästi mukaan toimittukselliseen työhön. Lehden päätoimittaja Lena K. Samuelson kommentoi Suomen Lehdistölle:

Kriisi on hyvä innovaatioiden lähde! Kaikki pitää arvioida uudestaan, tarpeeton karsiutuu pois ja uutta tulee tilalle - - Verkossa voi kokeilla asioita nopeasti, toisin kuin printissä. - - Se on ihan uusi kulttuuri, ja perinteisen ja tämän uuden kulttuurin risteyksessä innovaatiot syntyvät. (Aitamurto 2010, 4–5.)

2.1 Tutkimusmenetelmät ja aineisto

Tutkielmani on kvalitatiivinen. Tein survey-tutkimuksen pienelle joukolle maakuntalehtien toimitushenkilöstöä. Keräsin aineistoa laskennallisten tekniikkojen sijaan teemoittain. Aineiston pohjalta tehdyt johtopäätökset ovat tulkinnallisia ja kuvailevia. Tutkielmani on kartoittava, sillä se pyrkii etsimään uusia näkökulmia, löytämään uusia ilmiöitä ja selittämään vähän tunnettuja ilmiöitä eli tässä tapauksessa journalismin uusia työkaluja (ks. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 138).

Tutkin haastatteluaineiston pohjalta saatuja tuloksia myös ennustavasta näkökulmasta. Tämä siksi, että se on kiinnostavaa toimittajan toimenkuvan kannalta jatkossa. Kysyn myös millaisia taitoja tulevaisuuden toimittajalta vaaditaan?

Käytin useampaa kuin yhtä jäsenmuotoa tutkielman sisällön rakentamisessa. Tietoperustasta havaittavan vastakkainasettelun takia valitsin yhdeksi lähestymistavaksi dialektisen eli vertailuun vastakohtiin ja vastakkainasetteluun perustuvan jäsennyksen. Se on mielenkiintoinen keino esitellä kuvattavaa ilmiötä. Tutkielmani etenee pitkälti myös syy-seuraussuhteen mukaisesti viestintähistorian kronologiaa mukaillen (ks. Hirsjärvi ym. 2009, 40.)

2.2 Haastattelutyypit ja haastateltavat

Tutkielman tietoaineistoa varten tein haastatteluja kahdessa osassa. Luvussa 5 käsittelin joukkoistamista käytännön esimerkkien kautta. Haastattelin valtakunnallisista lehdistä joukkoälyä käyttäneitä toimittajia. Tarkoituksena oli selvittää, millainen prosessi joukkoistaminen on toimituksellisen työprosessin kannalta. Kysyin, kuinka paljon projektin toteuttaminen vaatii aikaa ja resursseja. Selvitin myös, oliko prosessi toimittajien mielestä palkitseva ja miten joukkoälyä voisi soveltaa pienemmän levikkialueen maakuntalehtiin.

Toisessa osassa haastattelin kolmea maakuntalehden edustajaa. Ilkasta ja Savon Sanomista valitsin haastateltavakseni verkkotuottajat, koska verkkotyökaluista vastaavina henkilöinä heillä on näkemys toimittajien verkkokäytännöistä sekä meneillään olevista lukijaprojekteista ja uusista verkkotyökaluista. Heidän ammatilliseen työnkuvaansa kuuluu sekä tietää oman

lehden sisäisistä käytännöistä että seurata alan yleistä ja nopeasti muuttuvaa kehitystä. Kalevasta valitsin yhteisötuottajan, koska työnimikkeen toimenkuvaan kuuluu lisätä vuorovaikutusta toimituksen ja yleisön välillä.

Tiedon keräämiseksi käytin teemahaastatteluja. Teemahaastattelu sopii hyvin kvalitatiiviseen tutkimukseen, koska se on avoimempi kuin lomakehaastattelu (ks. Hirsjärvi ym. 2009, 208). Valmistelin haastattelurungot (liite 1, liite 2, liite 3), joiden pohjalta tein haastattelut puhelimitse.

2.3 Keskeiset käsitteet

Joukkoäly

Joukkoäly on suomennos sanasta *crowdsourcing*. *Joukkoistaminen* tarkoittaa joukkoälyn keräämistä jonkun tehtävänannon kautta (Aitamurto ym. 2010, 82). Vaihtoehtoinen suomennos termille on *talkoistaminen*. Tässä tutkielmassa käytän sanan vakiintunutta suomennusta *joukkoäly* sekä verbiksi taipuvaa *joukkoistamista*.

Johanna Vehkoo tiivistää joukkoälyn käsitteen seuraavasti: ”Joukkoäly tarkoittaa aiemmin ammattilaisille kuuluneen tehtävän ulkoistamista joukolle aiheesta kiinnostuneita ihmisiä” (2011, 60). Joukkoälyn käyttö mahdollistaa suurten tietomassojen läpikäynnin tai tietojen keruun (Kivioja 2010, 14; Aitamurto ym. 2010, 82). Joukkoälyn määrittelyssä avainsanoja ovat suuri yleisö, vapaaehtoisuus, datasovellukset ja sosiaalinen media. Konkreettinen suomalainen esimerkki joukkoälystä on polttoaine.net, joka päivittää bensan hintatietoja reaaliaikaisesti (Polttoaine.net. hakupäivä 1.4.2012). Kansalaisvoimin kerättyä hintatietoa on käytetty myös perinteisissä medioissa lähteenä.

Joukkoäly voi myös kerääntyä lyhyeksi aikaa tietyn projektin tai tehtävän ympärille (Aitamurto ym. 2011, 82). Journalismissa joukkoälyn käytön määritelmää voi hahmottaa myös negaation kautta eli sen mitä se ei ole. Joukkoälyä tutkiva Hintikka sanoo Suomen Lehdistön haastattelussa, että

tavanomaiset nettikeskustelut ja lukijakuvat eivät ole joukkoälyä. Joukkoälyä niistä voi tehdä nimenomaan toimituksen toimeksianto. (Kivioja 2010, 14.) Joukkoäly ei ole kuitenkaan loppuun määritelty käsite, jolla olisi täydellisen selvät ja yksiselitteiset rajat.

Avoim data ja datajournalismi

Avoimesta datasta puhutaan yleensä silloin, kun julkistetaan tietoa demokratian ja läpinäkyvyyden hengessä. Avoimen datan liikkeeseen ja ideologiaan kuuluu tiedon välittämisen helpottaminen avoimen lähdekoodin sovelluksien koko yhteiskuntaa hyödyntävällä tavalla. Pelkästään saatavilla oleva data ei kuitenkaan ole arvokasta ilman sen jatkojalostamista palveluiksi. Britanniassa ja Yhdysvalloissa datan avaamista on kannustettu hallituksesta käsin. (Aitamurto ym. 2011, 70–75.) Suomessa julkishallinnon datan avaamisen vaikutuksia tutkimaan on perustettu valtionvarainministeriön alainen työryhmä (Viranomaisten tietovarantoja avataan vaiheittain 2012, hakupäivä 22.4.2012).

Datajournalismilla tarkoitetaan laajojen tietoa-aineistoja analysoimalla saatuja kokonaisuuksia. Joukkoviestinnässä datajournalismin rooli voisi olla aineistontarjoajana ja toiminnan ohjaajana. (Hintikka 2012, 27.) Suomessa journalistisia avoimen datan projekteja ei ole monta. Esimerkiksi kevään 2011 eduskuntavaaleissa median vaalikoneiden aineistosta tehdyt analyysit olivat kaikki tutkijoiden ja ohjelmoijien tuottamia – ei journalistien. (Hintikka 2012, 27–28.) Datajournalismia on lähdetty luotsaamaan Esa Mäkisen johdolla HS Open projektilla, jonka alla kerätään muun muassa dataa visualisoivia sovelluksia. HS Open -tapahtumia on pidetty neljä kappaletta, joista viimeisin pidettiin maaliskuussa 2012 (Mäkinen 2012, hakupäivä 9.4.2012.) Datajournalismiin liittyviä kokeiluja ja uutisia julkaistaan HS Open -nimen alla HS Next -blogissa.

Sosiaalinen media

Tutkielman kannalta oleellinen käsite on *sosiaalinen media*. Käsitettä käytetään hyvin vaihtelevasti tarkoittamaan eri asioita. Sen vuoksi on tärkeää avata äkkiseltään jo vakiintuneen kuuloisen käsitteen sisältöä. Hyvin usein “sosiaalinen media” mielletään synonyymiksi yhteisöpalvelu Facebookille. Joskus käsitteen rajoja avataan tarkoittamaan myös Twitteriä. Puhekielessä siitä näkyy käytettävän myös lyhennettä *some*.

Sosiaalinen media tarkoittaa tässä tutkielmassa kaikkia verkkosovelluksia, joiden avulla tuotetaan ja jaetaan yhteisesti sisältöä. Sillä tarkoitetaan tällöin myös esimerkiksi blogeja, Wikipediaa ja Youtube -videopalvelua ja Flickr-kuvapalvelua. Laajemmin sosiaalisella medialla tarkoitetaan myös internetin kehitysvaihetta, jossa käyttäjät tuottavat ja jakavat itse materiaalia. Sen synonyyminä käytetään usein myös nimityksiä Web 2.0, vertaismedia, vertaisverkko ja verkostomedia. (Matikainen 2009, 9; Aitamurto ym. 2011, 9–14.)

3 JOURNALISMIN TEHTÄVÄT

Journalistisia käytäntöjä ohjaavat perinteiset ja muuttumattomiksi määritellyt arvot. Toisaalta journalismin käytäntöjä ja toimitusprosessia ovat muovanneet aikojen saatossa niin aatteelliset, poliittiset, taloudelliset kuin teknologisetkin vaikuttimet. Tässä luvussa kertaan joukkoviestimille ja journalismille määritellyt keskeiset tehtävät. Käsittelen myös toimituksellista työprosessia ja sen kehittymisen suuntaviivoja aineistoanalyysin pohjalta. Luvun keskeiset lähdeaineistot ovat Risto Kuneliuksen ”Viestinnän Vallassa – Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin” (2003) ja Esa Väliverrosen toimittama ”Journalismi murroksessa” (2009).

Joukkoviestintä on sanomien välittämistä suurelle ennalta rajaamattomalle yleisölle. Viestin välittämiseen käytetään apuna teknisiä apuvälineitä ja lyhyellä aikavälillä se on yksisuuntaista. Kunelius määrittelee näitä tehtäviä kolmella yhteiskunnallisella tasolla. Joukkoviestinnän perimmäinen tehtävä on me-hengen muodostaminen: joukkoviestimillä on yhteiskunnan kiinteyttä ylläpitävä funktio. Joukkoviestintä luo tapahtumien ja julkisen keskustelun kautta yhteistä todellisuutta. (Kunelius 2003, 17.)

Toisekseen joukkoviestintä uusintaa arvoja ja normeja. Mediasisältöjen tekijät joutuvat jatkuvasti arvioimaan ihmisten käyttäytymistä ja tekemään sen pohjalta arvovalintoja. Kertoessaan arvojen pohjalta yhteistä tarinaa arvot vahvistuvat, mutta myös hitaasti muuttuvat. Arvovalintoja tehdään vakiintuneiden uutiskriteerien pohjalta, joita ovat muun muassa toistuvuus, voimakkuus, yksiselitteisyys, kulttuurinen merkittävyys, odotettavuus, yllätyksellisyys, jatkuvuus, kohde kuuluu eliittiin, negatiivisuus jne. (Kunelius 2003, 17.)

Kolmanneksi joukkoviestinnän ja etenkin journalismin tärkeimmäksi funktioksi esitetään päätöksentekojärjestelmän valvontaa. Neljännen valtiomahdin metaforan viittaa kantava journalismi valvoo päätöksenteon toimivuutta ja sen uskottavuutta. Vallan kolmijako-opin hengen mukaisesti journalismin tulee olla valtiosta riippumaton instanssi (Kunelius 2003, 184–199, 194). Riippumaton journalismi

on yksi demokratian kulmakivistä. Demokratian hengessä journalismi toimii val-
lan ja kansan välissä. Sen tarjoama alusta muodostaa julkisen keskustelun
areenan, joka informoi ja ylläpitää mielenkiintoa yhteisistä asioista. (Esim. Ha-
bermas 2006, 412, 415–416.) Riippumattomuuden takaamiseksi hyvää journa-
listista tapaa ohjaavia sääntöjä säädellään ammatin sisältä journalistin ohjein.
Journalistin ohjeiden noudattamista valvoo Julkisen sanan neuvosto (JSN, ha-
kupäivä 21.4.2012).

3.1 Journalismia talousmuutoksesta välinevallankumoukseen

Tämän tutkielman puitteissa ei ole mahdollista käsitellä journalismin historian
kulkua Gutenbergin painokoneesta tai Morsen lennättimestä lähtien. Keskityn
lähihistoriaan ja käsittelen tietopohjan perusteella paria oleellista murroskohtaa,
jotka ovat taloudellisia (markkinatalous) ja välineellisiä (digitaalisen median ai-
ka).

Juha Herkman käsittelee journalismin muutosta talouden vaikutusten seurauk-
sena. 1980-luvun pörssihuuma, 1990-luvun kasinotalouden kaatuminen, IT-
kuplan puhkeaminen 2000-luvulla, uusi nousukausi ja vuoden taantuma osoitta-
vat, että Suomesta on tullut reilun 20 vuoden aikana osa globaalia markkinata-
loutta. Median markkinoituminen on näkynyt Suomessa 1990-luvulta lähtien.
Markkinavetoinen uutistuotanto sai meillä kunnolla sysäyksensä kaupallisten
radio- ja televisiokanavien käynnistymisestä. Koko viestinnän taloudellista kehi-
tystä on siitä asti vallinnut vilkas uutistuotannon keskittyminen mediakonserneil-
le. Mediakentän rakennemuutos on vaikuttanut journalismin sisältöön. Ennen
valtio ohjaili mediaa poliittisin perustein. Nyt mediaa määrittävät liiketalouden
perusteet. Herkmanin mukaan markkinoitumisen hyvä puoli on, että liberalisti-
sen journalismikäsityksen myötä media voi luontevammin toimia vallan vahti-
koirana, irrallaan politiikan talutusnuorasta. (Herkman 2009, 32–49.) Markkina-
talouden vaikutuksista median organisaatiorakenteisiin, sisällöntuotantoon ja
toimittajan työhön syvennyn tutkielman seuraavassa alaluvussa 3.2 Journalisti-
sen työprosessin muutos.

Kunelius (2003, 49.) käy läpi journalismin kehitystä välinehistorian kautta. 1990-luvulla otettiin yksi selkeä askel välinehistoriassa, kun siirryttiin tietokonepohjaiseen teknisten innovaatioiden aikaan. Puhutaan digitalisoitumisesta ja verkostoitumisesta. (2003, 49.) Välineellinen murros on tämän tutkielman kannalta oleellisin ja sitä käsitellään kokonaisvaltaisesti läpi koko tekstin. Koko tutkielman aihe käsittelee tämän murroksen seurauksia journalismiin. Seuraavassa kappaleessa käsittelen muutoksen vaikuttavuutta journalismiin toimittajan työprosessin näkökulmasta.

3.2 Journalistisen työprosessin muutos

Journalistisen työn muutosta määrittävät muun muassa kilpailu lukijoista, teknologian kehitys ja internetin ilmainen sisältö. Myös ympäröivän yhteiskunnan muutokset heijastuvat journalistiseen työhön: talouden ja kulttuurin globalisaatio, kulutustottumusten ja mediakäytön muutos sekä median omistussuhteet. Journalistisen työprosessin muutos vaikuttaa loppujen lopuksi myös journalistiseen sisältöön. (Helle 2009, 91–92.) Käsittelen seuraavaksi toimittajan työprosessin muutosta pääpiirteittäin suhteellisen lyhyellä lähihistorian aikavälillä.

Mediatutkimuksessa journalistisen työn prosessi on käsitetty määräytyvän organisaation ja työskentelytavan rutiinien kautta: journalistinen sisältö muotoutuu näiden käytäntöjen ja uutisverkon erilaisten solmukohtien, vakiintuneiden lähteiden (esimerkiksi eduskunta, ministeriö, poliisilaitos) avulla. Journalismin ja journalistisen työn murroksessa tutkijat keskittyvät yleensä joko muutoksen tai arvojen ja käytäntöjen pysyvyyden tutkimiseen (Helle 2009, 95, 99). Tässä tutkielmassa journalistisen työprosessin murrosvaihetta käsiteltäessä esiin nousevat molemmat: journalistisen työn pysyvät arvot ja muutosta ennakoivat uusiutuvat työprosessit.

Toimittajan työn perusteita ohjaavat lähtökohdat ovat pysyneet muuttumattomina vuosikymmenet teknologian ja ympäröivän maailman mullistuksista huolimatta (Herkman 2009, 32). Viisi keskeistä journalismia määrittävää ihannetta ovat julkinen palvelu (vallan vahtikoira), objektiivisuus, autonomisuus (vapaus ja riippumattomuus), ajankohtaisuus (nopeus) ja eettisyys (Deuze 2005, 446–447,

hakupäivä 24.2.2012). Perinteiseksi käsitetyt ihanteet ovat kuitenkin monien mediatutkijoiden mukaan muuttumassa (ks. Helle 2009, 97; Deuze 2005, 442–458) Tämä johtuu journalistisen autonomian murroksesta ja verkkojulkaisemisen mahdollisuuksista. Myös monikulttuurisuuden lisääntyminen ja mediayleisöjen pirstaloituminen vaativat journalismilta kokonaan uudenlaista dialogisuutta ja erilaisten toimijoiden ja lähteiden huomioimista. Muutoksen myötä uutisagendan määrittelyvalta tulee hajaantumaan ja objektiivisuuden sijaan puhutaan enemmän läpinäkyvyydestä (Deuze 2005, 452–455; Gillmor 2004, 112–114; Vehkoo 2011, 75-83). Läpinäkyvyyden vaatimus kasvaa myös mediakriitikin lisääntymisen myötä. Yrityksiltä, hallituksilta ja medialta vaaditaan enemmän avoimuutta. Verkkomaailman kriitikoita on luonnehdittu viidenneksi valtiomahdiksi esimerkiksi Stephen D. Cooper 2006 kirjassaan ”Watching the Watchdog” (Vehkoo 2012, 4). Käsittelen läpinäkyvyyden vaatimusta myös yleisöä käsittelevässä tutkielman luvussa 4. Yleisöjen ja joukkojen rakenne.

Uusi teknologia muuttaa mediakenttää ja mediankäyttötapoja. Näin se vaikuttaa myös median sisältöön ja työprosessiin. Se, miten teknologian kehitys lopulta vaikuttaa toimittajan työhön, jakautuu keskustelussa positiiviseen ja negatiiviseen visioon. Toisaalta tulevaisuuden toimittaja nähdään moniosajana, joka surffaa medioituneessa maailmassa kuin kala vedessä ja elää interaktiivisessa verkkoympäristössä erottamatta toisistaan työtä ja vapaa-aikaa. Toisaalta tekniikka voidaan toimituksissa nähdä tuskan, kiireen ja ahdistuksen aiheuttajana. (Helle 2009, 92.)

Teknologian lisäksi markkinoituminen on muuttanut toimittajan työtä niin, että toimitukset ovat joutuneet miettimään, mitä lukija haluaa ja miten toimituksellista työtä organisoidaan uudelleen verkon ja printin välillä (Helle 2009, 98–99). Lukijoiden ajasta ja huomiosta kilpailu on saanut toimitukset panostamaan uudenslaisiin julkaisutapoihin ja visuaalisuuteen. Työskentelyä tehdään yhä enemmän erilaisissa tiimeissä eri mediamuotojen ja julkaisuformaattien välillä. Tämä tarkoittaa tietotaidon jakamista ja työprosessin organisointia etukäteen. (Deuze 2005, 455; Helle 2009, 109.) Suunnitteleva ja editoiva työtapa viittaa uudenslaiseen moniportaiseen projektiluontoiseen työhön, jossa uutisia ei vain odoteta vaan puheenaiheita rakennetaan julkituomalla tärkeitä ilmiöitä (Helle 2009, 98).

Toisaalta markkinoituminen, eli lukijan kuunteleminen ja lukijan kasvanut kritiikki, johtaa siihen, että toimittaja joutuu miettimään uudelleen niitä lähtökohtia ja arvoja, joista hän journalismia tekee. Näiden muutosten myötä toimittaja törmää yhä enemmän edustavuuden ja riippumattomuuden kysymyksiin. Toimittajan työn muutos murros sekä tässä lähdeaineistossa että tutkimustuloksissa kiteytyy lukijan ja toimittajan välisen vuorovaikutuksen lisääntymiseen. Teknologian murros on pakottanut toimituksia lisäämään vuorovaikutustaan lukijoiden kanssa ja rakentamaan yhdessä aiheita, jotka sitouttavat lukijaa. Seuraavaksi kuvailen tiivistä, mikä merkitys vuorovaikutuksellisuuden lisääntymisellä on ollut toimittajan ammatti-identiteettiin.

Vuorovaikutuksellisuuden lisääntymiseen liittyy ajatus toimituksellisen vallan murtumisesta ja sitä myöten myös toimittajan ammatillisen identiteetin muutoksesta. Teknologisten julkaisualustojen lisääntyessä kriisi on konkretisoitunut. Tähän viittaa Vehkoon (2011, 12–21) eksistentialistinen kriisi. Jos journalismin kehitystä kuvaillaan viestintäteknologisesta näkökulmasta, eksistentialistista kriisiä verrataan usein painokoneen keksimiseen. Se muutti vallankumouksellisesti aikalaista ammatillista kenttää tekemällä esimerkiksi kirjureiden työn turhaksi. Yhdysvaltalainen kirjailija ja mediakonsultti Clay Shirky (2008) käyttää vertausta kuvaillessaan toimittajien ammattiympäristön kolhuja ja siitä herännyttä ammatinkuvan suojelehalua.

Journalismi on ollut pitkään riippuvainen julkaisuvälineistä. Portinvartijana toimittaja on miettinyt julkaisukriteerinsä tarkasti: miksi tämä asia on julkaisun arvoinen? Nyt kun amatöörit voivat julkaista omaa materiaaliaan esimerkiksi blogeissa portinvartijan rooli on olennaisesti muuttunut. Koko julkaisemisen idea on muuttunut, kun julkaisukustannukset ovat käytännössä poistuneet. Nyt kysytään: miksi en julkaisisi tätä? Shirkyyn mukaan toimittajat eivät ota huomioon ympäröivän maailman sosiaalista ja teknologista kehitystä, sillä he elävät oman ammatillisen kuplansa ja palkitsemisjärjestelmänsä sisällä. (Shirky 2008, 56–60, 73.)

Julkaisualustan kuninkaana toimittaja on määrännyt viestin muodon ja volyymin: journalistisella harkinnalla pieni määrä ammattilaisia on vienyt viestiä halutulla tavalla eteenpäin. Ainoa kilpailija on ollut vastaava ammatillinen media. Nyt kilpailijoita ovat verkossa julkaisevat tahot. Verkko ei välineenä ainoastaan poista julkaisukynnystä, vaan myös monistaa ja välittää jo valmiita uutisia sen formaatista ja lähteestä riippumatta. Muutos pakottaa myös toimittajat seuraamaan näitä viestejä ja ottamaan huomioon tämän keskustelun. (2008, 106–107.) Muutoksen myötä toimittajan on täytynyt ryhtyä enemmän vuorovaikutukseen lukijoidensa kanssa. Aivan ongelmaton kehityskulku ei ole ollut. Yleisön vaikutuksesta journalismiin ja toimitusten kritiikinsietokykyyn pureudutaan lisää luvussa 4.

Vuorovaikutuksellisista lähtökohdista on myös syntynyt ihmisläheisen journalismin suuntaus. Käsittelen aihetta syvällisemmin seuraavaksi siksi, koska ihmisläheisen journalismin perustelut elävät yhä kansalaisjournalismin hengessä sekä siinä, miten toimittajat reagoivat toimituskäytännöistä ja organisaatioista lähteviin journalistisiin sisällönuudistusprosesseihin. Näitä kaikkia perusteluja voidaan peilata myös datajournalismin käytön perusteisiin.

Kohti ihmistä – ihmisläheisen journalismin synty

Ihmisläheinen journalismi on toimituksellisen sisällön kehityssuunta, joka yhdessä kansalaisjournalististen projektien kanssa näkyy konkreettisesti myös joukkoälyn käytön perusteluissa. Tämän vuoksi käsittelen seuraavaksi ihmisläheisen journalismin syntyä. Tutkielman yksi kantavista teemoista on toimittajan itsenäisyyden ja edustavuuden ristiriita (esim. Kunelius 2003, 23–25.) Ihmisläheisen journalismin synty kuvailee myös näitä yleisön ja journalismin vuorovaikutuksen kasvukipuja. Siksi se toimii siltana seuraavaan lukuun, jossa syvennyttään enemmän yleisön ja toimituksen välisiin suhteisiin sekä uusien toimitustyötapojen opetteluun. Samoin kuin ihmisläheisyyden sisältöön ujuttamisen alkutaipaleella myös joukkoälykokeiluissa ovat läsnä samat epävarmuustekijät.

Toimituksellista työprosessia ja sen muutosta on tutkittu etnografisesti havainnoinnin ja osallistuvan tutkimuksen keinoin. Suomessa tutkija Merja Helle teki Helsingin Sanomille etnografisen muutoslaboratiohankeen vuonna 1997. Jo silloin toimittajat halusivat muuttaa tiedonvälityksen suuntaa alhaalta ylöspäin kansalaisilta päättäjille. Samalla toimittajat kyseenalaistivat myös objektiivisuuden käsitettä. Tilalle haluttiin enemmän taustoittavaa ja tulkitsevaa journalismia. (Helle 2009, 105–107.) Samoista teemoista, joista puhutaan siis alan tutkimuksessa nykyään, on puhuttu meillä jo ainakin 15 vuotta. Se osoittaa, että journalismille on haettu sisällöllisesti muutosta jo pidemmän aikaa.

Sisältöä on haluttu tietoisesti muuttaa lukijalähtöiseksi ja tuoda lähemmäs ihmisen arkea. Ihmisläheisen journalismin kehittämistä on perusteltu vastaukseksi mediakulttuurin muutokseen. Lukijalähtöisen journalismin kentässä on myös ristiriitaisia käsityksiä siitä, mistä näkökulmasta sisältöä kehitetään: taloudellisesta vai aatteellisesta. Tehdäänkö journalismia, joka loistaa yleisötutkimuksissa, vai tehdäänkö lehteä, joka lähtee sen omista agendoista: yhteiskunnallisesti merkittävistä ja tärkeistä asioista. (Hujanen 2009, 112–113.)

Markkinalähtöinen, yleisöanalyysiin perustuva ihmisläheinen journalismi vaikuttaa aktiivisesti työprosessiin toimitusten esimiesten linjausten kautta. Uudet juttutyypit ja toivotut lähestymistavat muuttavat toimittajien tapaa tehdä sisältöä. Toimittajat saattavat kokea johdon tasolta tulevat uudistukset ahdistavina ja rajoittavina. Uudistustarpeet saattavat toimittajien näkövinkkelistä kieliä johdon epäluottamuksesta heidän ammattitaitoonsa. (Hujanen 2009, 118.) Ihmisläheinen ajattelutapa ei lähde kuitenkaan pelkästään markkinalähtöisistä ajatusmaailmoista. Sillä on myös kansalaisjournalistisia aatteita perustelevia lähtökohtia, kuten kansalaisen osallistuminen demokratian hengessä.

Tutkielman tietoperustassa on tähän mennessä kiteytetty mediaympäristön kehitystä journalismin taloudellisiin puitteisiin, toimittajan työhön ja toimitusprosessiin, sekä sisältöön. Journalismin kriisistä puhuttaessa huomio kääntyy yleensä sanomalehdistöön ja niin on myös tässä tutkielmassa. Markkinoitumisen ja teknologian myllerryksissä sanomalehdistö on pitänyt pintansa jopa odotettua paremmin. Internetin vaikutus perinteiseen mediaan poikkeaa kuitenkin ominais-

piirteiltään esimerkiksi televisiosta tai radiosta, sillä internet on paikka, jonne muutkin mediat pyrkivät. (Väliverronen 2009, 26.) Muiden joukkoviestinten lisäksi siellä ilmaisevat itseään vaihtoehtoinen journalismi ja kansalaiset apunaan sosiaalisen median työkalut.

Journalismin muutosta kuvaillaan paljon ammattikunnan sisältä päin alan kirjallisuudessa ja tutkimuksessa. Muutoksen liikkeelle paneva voima löytyy kuitenkin jostain muualta kuin median itsensä määrittämästä kentästä. Journalistinen sisältö on nähty perinteisesti ylhäältä alaspäin kulkeväksi ja sitä on haluttu muuttaa alhaalta ylöspäin meneväksi. Tämän tutkielman puitteissa on tärkeää käsitellä myös sosiaalisen median vertaisviestintää, jossa viesti liikkuu monelta monelle. Osallistumisen kulttuurin, kansalaisjournalistisen aktivoitumisen sekä joukkojen syntyä käsittelemme tutkielmassa seuraavaksi.

4 YLEISÖJEN JA JOUKKOJEN RAKENNE

Uuden journalismin työkalut kumpuavat journalismin kriisin viitekehyksestä. Yhden perustavanlaatuisen murroksen olen poiminut tutkielman aiheen kannalta olennaisimmaksi. Se koskee yleisön käyttäytymistä ja journalismin reaktiokykyä sen muutoksiin. Mediaympäristön sosiaalisen ja kulttuurisen kontekstin muutos on ehkä vaikeinten havaittavissa ja selitettävissä. Se, millainen painoarvo tälle muutokselle annetaan, vaikuttaa siihen, kuinka tärkeäksi lukijoiden aktiivinen rooli nähdään toimitusten näkökulmasta.

Teknologian kehittyminen ei ole ainoastaan tuonut uusia tapoja saada viestejä ja lähettää niitä. Se on muokannut myös ihmisten tapaa osallistua keskusteluun. Passiivisen yleisön sijaan on alettua puhua osallistumisen kulttuurin synnystä. Tässä kappaleessa käsittelen mediatutkijoiden yleisökäsitettä, osallistumisen kulttuurin syntyä ja sen vaikutusta perinteiseen mediaan. Luvussa käsittelen yleisön ja toimitusten uutta symbioottista suhdetta, joka liittyy olennaisesti joukkoälyn käyttöön.

4.1 Yleisön käsite

Journalismin kriisiä käsiteltäessä kävi ilmi, että kriisin vaikutuksista perinteiseen mediaan on ristiriitaisia näkemyksiä. Mediasisältöjen digitalisoituminen vaikuttaa alan tuotantorakenteisiin, mutta miten ja millä tavoin se vaikuttaa, kun verkottunut tietoyhteiskuntaa katsotaan median kuluttajien näkökulmasta? Miten muutos vaikuttaa yleisöön?

Entistä moniäänisemmän mediakentän vaikutuksista yleisön sosiaaliseen käyttäytymiseen ja perinteiseen mediaan on tulkittu monenlaisin teorioin. Dan Gillmore puhuu ”monisuuntaisesta” digitaalisesta viestinnästä (*multidirectional*), joka ottaa yleisön mukaan journalismin prosessiin (Gillmor 2004, 111). Viestin suunta muuttaa tutkijoiden mukaan yleisön käsitystä, sillä se on sanana liian passiivinen nyt aktiivisesti yhteiskuntaa kommentoivalle ryhmälle. Gillmoren käyttää yleisöstä nimitystä *entinen yleisö*, *Former audience* (2004, 136). Jay

Rosen puhuu *niistä ihmisistä, jotka aiemmin tunnettiin yleisönä, The people formerly known as the audience* (Rosen 2006. hakupäivä 2.4.2012). Rosenin mielestä yleisöä ei ole, koska he ovat murtautuneet passiivisen vastaanottajan roolista. Kehittyneen teknologian ansiosta he pystyvät kirjoittamaan, kuvaamaan ja julkaisemaan.

Kiistanalaista kuitenkin on, kuinka pitkälle yleisön fragmentoitumista ja sen vaikutuksia mediakenttään pitäisi tulkita. Toisaalta yleisön muutos nähdään suorastaan vallankumouksellisenä tekijänä (esim. Vehkoo 2009, Gillmor 2004, Aitamurto ym. 2011) toisaalta toppuutellaan, että vain huomattavan pieni osa verkon käyttäjistä tuottaa aktiivisesti omaa sisältöä (Couldry 2010, 5; Matikainen 2009, 114).

Nick Couldryn (2010, 7-8) mielestä puheet median kuolemasta ja yleisön kaatoamisesta ovat retorisia temppuja, joilla ei ole todellista perusteltua pohjaa. Tätä näkemystä puoltavat myös suomalaiset ajankäyttö- ja mediatutkimukset, joiden mukaan perinteinen media ei ole juurikaan menettänyt asemiaan. Perinteisellä medially on vahva rooli myös verkossa. (Matikainen 2009, 114.) Vallankumoushenkiset ilmaisut perustuvat Couldryn mukaan *medioidun keskuksen* myyttiin, eli harhaan joka kuvaa mediaa vain yhtenä tiedotusvälineenä yhdeltä monelle, vaikka kyse on joukkoviestimistä monikossa. Couldryn mukaan median riutumisesta puhuvat eniten mediainstituutiot itse. Ne ylläpitävät kuvaa median asemasta kaiken yhteiskunnallisen keskustelun lähteenä. Couldryn mielestä median kuolemaa povaavat vetävät mutkat suoriksi julistamalla havaitusta muutoksesta suoran yhtäläisyysmerkin täydelliseen muutoksen, ilman, että muita vähemmän radikaaleja todennäköisyyksiä otetaan huomioon. (Couldry 2010, 7–8.)

4.2 Osallistumisen kulttuurin synty ja sosiaalisen median vertaisverkko

Ihmisillä on nyt kanavia osallistua keskusteluun eri tavalla kuin aiemmin, mutta mikä on se olennaisin muutos, josta nyt puhutaan? Ovathan verkkoviestinnän työkalut olleet mahdollisia jo pidemmän aikaa ja yleisö on voinut lähettää lukijakuviaan, palautetta ja vinkkejä medialle jo vuosia. Blogibuumin vaikutuksista

puhuttiin ensin, mutta nyt puhutaan sosiaalisesta mediasta ja vertaisverkosta. Journalismissa puolestaan puhutaan osallistumisen kulttuurin synnystä (Bowman & Willis 2003, 15; Matikainen 2011, 96). Näillä tekijöillä on vahva yhteys toisiinsa ja kansalaisjournalismin perinteeseen, jolla on juurensa jo parin vuosikymmenen takaisessa sivistysliikkeessä. Nämä samat teemat liittyvät olennaisesti myös joukkoälyn käytön perusteluihin.

Viime vuosina digitaalisen median ja ihmisläheisen journalismin myötä on alettu puhua yleisön osallistumista ja osallistamista yhteiskunnalliseen keskusteluun. Journalismikritiikin vuosikirjassa 2011 Janne Matikainen käyttää osallistumiskulttuurista esimerkkinä 12.10.2010 Ajankohtaisen kakkosen homo-iltaa, joka aiheutti huomattavan julkisen keskustelun ja johti lopulta tuhansien ihmisten kirkosta eroamiseen. Matikainen pohtii ilmiön taustalla olevaa marssijärjestystä: kumpi lopulta määrää tahdin, perinteinen media vai sosiaalinen media? (Matikainen 2011, 98.)

Yleisön aktivoituminen muuttaa perinteistä käsitystä viestin suunnasta. Shayne Bowman ja Chris Willis (2005, hakupäivä 9.4.2012) jakavat mediakentän viestintäkulun kolmeen kategoriaan. *Perinteisessä mediassa* viesti kulkee yhdeltä monelle. *Vuorovaikutuksellisessa mediassa* viesti kulkee ensin yhdeltä monelle ja jalostuu monelta monelle muotoonsa: yleisö antaa palautetta ja muokkaa sisältöä. *Sosiaalisessa mediassa* viesti kulkee monelta monelle. Digitaalinen viesti eroaa perinteisen median viestistä myös muilta ominaisuuksiltaan. Sitä voi helposti kommentoida ja muokata. (Bowman & Willis 2005, hakupäivä 9.4.2012.) Internetistä löytyy myös viestejä pidemmällä aikavälillä. Verkko tarjoaa viestintävälineen sen jokaisessa muodossaan: se on tekstiä, ääntä, kuvaa ja videota, ja kaikkea näitä voi linkittää keskenään. (Matikainen 2011, 93.)

Digitaalisen median aikakaudella viestin kulun luonnetta on alettu kutsua myös kiertäväksi. Perinteisen ja sosiaalisen median vuorovaikutusta on kuvailtu muun muassa viestin sirkulaation käsitteellä, *circulation*. (Sumiala & Tikka 2011.) Perinteistä mediaa kommentoidaan, mutta perinteinen media kommentoi myös sosiaalista mediaa, kun joku aihe nousee yleisesti kiinnostavaksi. Uutinen syntyykin yhä useammin ensin verkossa, ennen kuin valtamedia tarttuu siihen (Veh-

koo 2011, 14.) Tutkija Kari A. Hintikka puhuu *verkkovoimasta*, joka synnyttää kohinan, huhujen leviämisen ja kuhinan (sisällönkäsittelyvaiheen) jonkun asian ympärille. Uutinen voi lähteä pienistä mikroblogeista (Twitter, Facebook, keskustelupalstat) ja siirtyä sen jälkeen blogeihin ja laajempaan keskusteluun jatkuvasti suodattaen asian ympäriltä esiin tarkempia faktoja, kunnes juttu lopulta jalostuu eteenpäin myös perinteisen median poimittavaksi. (Hintikka 2010, 102–105.)

Perinteinen media on johtava uutislähde verkossakin, mutta sosiaalinen media on sitä vahvempi mielipidevaikuttaja (Matikainen 2011, 94). Vertaisverkossa arvostellaan elokuvat ja kilpailutetaan kodinkoneet. Mielipiteen voi muodostaa ”meidän” keskustelun pohjalta, ja ”noiden” mielipiteen tarjoaa etäiseksi jäävä media. Sosiaalisen median viestintään liittyvä merkille pantava ilmiö onkin vertaisuus. Sosiaalisen median tuottama arvo perustuu käyttäjien aktiivisuuden luomalle infrastruktuurille, joka puolestaan perustuu vertaistensa luottamukseen ja yhteisölliseen ympäristöön (Bowman & Willis 2005, hakupäivä 9.4.2012). Internetin viestikentässä viestiä vaihdetaan ihmisten kanssa, jotka ovat tavallisia ihmisiä ja niin sanotusti samalla tasolla. Olennaista vertaisverkon ja perinteisen median viestintävallan uudelleenjaossa on, että agenda setting -valta, eli se mistä puhutaan, on siirtynyt sosiaalisen median kautta osittain uusille vähemmistöille. (Matikainen 2011, 95.) Vertaisuus on myös yksi joukkojen synnyn lähtökohdista.

Olennainen kysymys lienee perinteisen median kannalta se, missä mielessä vertaisverkossa kommentointi on verrattavissa journalistiseen vaikuttamiseen ja milloin se jää kahvipöytäkeskustelun tasolle ilman todellisia merkityksiä? Yleisön tuottaman sisällön määrää kommentoidaan toisaalta pienen aktiivisen ryhmän tekemäksi (Couldry 2010, 5), mutta myös verkkokeskustelun laatu usein kyseenalaistetaan: sitä suomitaan aidon dialogisuuden puutteesta ja mustavalkoiseksi kärjistyneestä ilmaisutavasta (Matikainen 2011, 96; Pokkinen 2012). Verkkokansasta puhuminen on kuitenkin taas eräänlaista retoriikkaa, jolla halutaan niputtaa kaikki internetin käyttäjät samaan kastiin, vaikka todellisuudessa minkäänlaista yhtenäistä verkkoliikettä ei ole olemassa (Matikainen 2011, 94). Lisääntynyt keskustelu nähdään toisaalta positiivisena ja demokraattisena il-

miönä, toisaalta pelätään samoissa keskusteluympäristöissä pyörivien fanaatikojen inttamiskerhoja ja kilpistyvää vastakkainasettelua. Kukaan ei tiedä, miten osallistumisen kulttuuri lopulta vaikuttaa perinteiseen mediaan. (Matikainen 2011, 94,97.)

Osallistumisen kulttuurin synty on osa eräänlaista sosiaalisen verkon kehityskulkua. Sosiaalinen media loi jakamisen kulttuurin, josta edelleen kehittyi yhteistyön ja keskustelun kulttuuri sekä osallistumisen kulttuuri. Osallistuvan kulttuurin kehityksestä on voitu viedä suuntaviivoja vielä pidemmälle. Seuraava askel otetaan, kun pelkkä osallistuminen ei enää riitä. Osallistumisesta seuraava askel on tekeminen. (Shirky 2008, 47–54.) Sosiaalinen media antaa väylän joukkojen vaikutusvoimalle ilman perinteistä mediaa. Monien viestinnän tutkijoiden mielestä sillä tulee olemaan vaikutuksensa myös perinteiseen mediaan ja joukkovoima asettaa sen ikään kuin selkä seinää vasten: yleisö integroituu toimitukselliseen prosessiin sosiaalisen median vaikutuskeinoin. (Aitamurto ym. 2011, 99; Vehkoo 2011, 14; Gillmor 2011, 111).

4.3 Miksi osallistua? Kansalaisjournalismin perinteestä kansan journalismikritiikkiin

Miksi kansalainen haluaa osallistua? Miten kansalaisen saisi osallistumaan? Entä miten vapaaehtoista apua otetaan mukaan toimitukselliseen työprosessiin menettämättä journalistista päätäntävaltaa ulkopuolelle tai madaltamatta uutiskynnystä olemattomiin? Nämä ovat kaikki kysymyksiä, joihin joukkoistamista harkitseva toimitustiimi tavalla tai toisella törmää. Ne perustuvat myös pitkälti kansalaisjournalismin aatteeseen ja sen suhteeseen perinteisen journalismin kanssa. Kansalaisjournalismin perinteeseen liittyvät samat lähtökohdat kuin joukkoistamiseen, ja samalla joukkoälyn käyttöä perustellaan luonnollisena väylänä uuden journalismin kansantalkoisiin.

Kansalaisjournalismista on olemassa suomen kielessä kaksi käsitystä, jotka sekoittuvat puheessa usein toisiinsa. Kansalaisjournalismi on käänös englannin kielen käsitteestä *public journalism*. Se tarkoittaa ammattilaisen tekemää journalismia, joka tähtää julkisen keskustelun herättämiseen. Suomessa samaa sa-

naa käytetään kuitenkin myös englannin käsitteestä *citizen journalism* eli kun tarkoitetaan kansalaisten omaa julkaisemista ja tiedonhakua, amatööritoimittajuutta. Journalismin tutkija Panu Uotila suosittaa jälkimmäisestä käytettäväksi termiä kansalaisten journalismi (Uotila 2011, 18). Noudatan Uotilan ehdottamaa käsitteistöä tässä tutkielmassa epäselvyyksien välttämiseksi.

Public journalism -liike levisi suomalaiseen journalismiin 1990-luvun puolivälissä. Liike on saanut alkunsa Yhdysvalloista, ja sen taustalla on vahva kansalais- ja sivistysihanteen aate. Sitä värittivät täsmälleen samat ideaalit kuin tämän päivän lukijalähtöisessä journalismiajattelussa ja uuden journalismin yleisökäsitteessä: haluttiin ajatella kansalainen passiivisen yleisön sijaan aktiivisena toimijana. Yleisö-sana haluttiin korvata uudissanalla jo ennen 2000-luvun verkko-uumia. Public-sanaa kuvaamaan kehiteltiin sana *julkiso*. (Ripatti-Torniainen 2011, 4-5, 10).

Laura Ahva Tampereen yliopistolla tutki väitöskirjassaan suomalaisten toimittajien suhdetta kansalaisjournalismiin. Tutkimusta varten hän haastatteli 40 toimittajaa Helsingin Sanomista, Aamulehdestä ja Itä-Hämeestä. Tutkimuksessa analysoitiin myös 174 lehtijuttua. Tuloksista kävi ilmi, että toimittajien näkemys kansalaisjournalismiin on kahtiajakoinen. Toisaalta kansalaisjournalismi nähdään positiivisena, ja sen arvoja voidaan perustella sekä demokraattisesta että taloudellisesta näkökulmasta. Lukijan aktivoiminen saa tämän kiinnostumaan yhteiskunnallisista asioista ja tätä kautta myös todennäköisesti kiinnostumaan lehden tilauksesta. (Ahva 2010, 313–315.)

Toisaalta toimittajat eivät halua, että lukijat ovat liian aktiivisia siinä mielessä, että se ulkoistaisi toimituksellisen päätösvallan. Pahimmassa skenaariossa päättävällän kaappaa äänekäs populistinen ryhmä. Kansalaiset saattavat toimittajien harmiksi myös olettaa, että journalisti astuu kritiikittä kansalaisen puolustajaksi esimerkiksi viranomaistahoa vastaan. Yhtä lailla toimituksissa pelättiin myös uutiskynnyksen madaltumista. Kansalaisjournalistisesta näkökulmasta tehdyt jutut nähtiin kovien uutisten vastakohtana, pehmeinä uutisina. Kansalaisjournalismi nähtiin myös vaikeasti hallittavana. (Ahva 2010, 230–232.)

Maakuntalehdissä lukijoiden tekemä kansalaisjournalismi on osa lokalisaatiota, asioiden paikallistamista. Lukijoilta kaivattu materiaali on kokemuksia ja mielipiteitä. Uutiskynnys tuodaan tarkoituksella matalaksi. Matti Lintulahti kuvaa Suomen Lehdistössä kansalaista tässä tarkoituksessa sisällöntuottajaksi. Journalismi sanalla luodaan osallistumiselle liian suuri kynnys puolin ja toisin. (Virranta 2011, 4–5.)

Kokemukset kansalaisjournalismista voivat auttaa toimittajia suhtautumaan uuden journalismin aikaan eli alati lisääntyvään vuorovaikutukseen (Ahva 2010, 315). Uudet verkkotyökalut herättelevät kansalaisjournalismin perinnettä henkiin. Kansalaisjournalismin ideologia kun korostaa verkottumista ja osallistumista, mikä istuu hyvin vertaisverkon ajatukseen. (Uotila 2011, 18.)

4.4 Edustava vai itsenäinen? Kun yleisö osallistuu ja kritisoi

Kansalaisjournalismin käsitteet ja käytännöt menevät entistä enemmän sekaisin kun toimittajien ja kansalaisten yhteistyö tiivistyy. Mitä tapahtuu kansalaisjournalismille, kun se alkaa elää tiedotusvälineiden kanssa symbioosissa? Onko kyse enää kansalaisten journalismista, amatöörimäisestä puuhastelusta, vai puhutaanko oikeasta tutkivasta journalismista? Tutkivan journalismin ulkoistamisilmiötä pohtivat Hanna Nikkanen ja Lilly Korpiola Journalismikritiikin vuosikirjassa 2012.

Viime vuosien ilmiöksi on noussut kansalaisten tekemä tutkiva journalismi, joka on tuonut esiin epäkohtia, jotka olisivat mahdollisesti muuten jääneet pimentoon. Nikkasen (2012, 8–13) mukaan sikatilojen laiminlyöntien julkituominen oli aktiivisten amatöörijournalistien ansiota. He tuottivat materiaalin omalla riskillään ja antoivat sen eteenpäin uutismedioille. Molemmat hyötyivät tästä menettelystä, mutta aktivistit kantoivat seuraukset. He joutuivat oikeuden eteen ja vaikka syytteet hylättiin, tuomion uhka jäi leijumaan ennakkotapauksena tulevien aktivistien varalle.

Kansalaisten journalismin voima sen demokratiaa edistävässä hengessä on näkyvintä siellä, missä sananvapautta ja demokraattisia oikeuksia yritetään rajoit-

taa. Arabikevät on todellinen voimannäytös siitä, miten kansalaiset voivat kiinnittää koko muun maailman huomion epäkohtiin raportoimalla niistä sosiaalisen median avulla. Egyptissä sosiaalinen media välitti kansan äänen, kun maan oma korruptoitunut media ei siihen kyennyt. Kansannousun jälkimainingeissa Egyptin lehdistö pyysi julkisesti anteeksi itsesensuuriaan. (Korpiola 2012, 14–24.) Molemmissa tapauksissa, sikatilojen laiminlyönneissä ja arabikeväessä, on taustalla sama ilmiö, epäkohtien julkituominen, joka on tutkivan journalismin ytimessä.

Pimennossa olevia asioita on haluttu tuoda julki myös vuotamalla salatuksi luokiteltua aineistoa. Verkkomaailman tiedonjakamisen ja vertaisverkon kulttuuriin tottuneet ovat alkaneet vaatia salailun sijaan avoimuutta. Tästä vaatimuksesta ovat syntyneet myös erilaiset vuotosivustot, kuten WikiLeaks ja Open Leaks. Myös avoimen datan liike vaatii tietojen julkaisua. Liikkeen mottona on, että tiedon on oltava aina lähtökohtaisesti julkista ja salaamiselle täytyy olla hyvät perusteet. (Aitamurto ym. 2011, 66–69; Vehkoo 2011, 149–162.) Läpinäkyvyyden vaatimus koskee yhä enemmän myös mediaa (Vehkoo 2011, 75; Deuze 2005, 452–455; Gillmor 2004, 112–114).

Median tehtävä on vahtia vallankäyttäjiä, mutta medialla itsellään on myös paljon valtaa päättää, miten ja mistä asioista puhutaan. Siksi on oikeutettua kysyä, kuka vahtii mediaa? Median vallankäyttöä vartioimaan on perustettu itsesääntelyjärjestelmä, joka valvoo alan normeja alan itsensä sisältä. Nyt mediaa kritisoivat tahot ovat löytäneet aiempaa näkyvämmän paikan verkkomaailmasta. Bloggaavia ja aktiivisesti journalismin tasoa kommentoivia kansalaisia on alettu kutsua viidenneksi valtiomahdiksi (Vehkoo 2011, 116–117; Vehkoo 2012, 4–6.)

Journalismikritiikin vuosikirjassa 2012 on mielenkiintoinen vuoropuhelu aiheeseen liittyen. Tutkija Salla-Maaria Laaksonen pohtii Aamulehden Blockfest - uutisoinnista ja kolumnista syntynyttä mainekolhua artikkelissa otsikolla Aamulehden kantapääkoulu – kun sosiaalinen media rankaisee. Kommenttina aiheeseen on julkaistu myös Aamulehden päätoimittajan Jouko Jokisen kirjoitus Kun sosiaalinen media rankaisee, kuka rankaisee?

Kyseisestä vuoropuhelusta päätellen lehdistö on sosiaalisen median aikana uuden tilanteen edessä, jossa lehdistö joutuu jälleen punnitsemaan journalistin ohjeita ja varsinkin kohtaa päätösvallan luovuttamattomuudesta ulkopuolisille:

Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille. (Journalistin ohjeet, hakupäivä 21.4.2012)

Jos lehti ei koe tehneensä mitään väärää eikä itse myönnä, että tapausta käsiteltäessä olisi käytetty huonoa lehtimiestapaa, asia siirtyy kanteen kautta Julkisen sanan neuvostolle, joka sanoo viimeisen sanansa asiasta. Niin oli myös tässä tapauksessa. JSN antoi tapauksesta vapauttavan päätöksen 14.03.2012 (4681/SL/11, hakupäivä 21.4.2012).

Vapauttavasta päätöksestä huolimatta Facebookin yhä aktiivisessa faniryhmässä Aamulehti boikottiin, on vieläkin kaksi ja puoli tuhatta lehdelle kiukustunutta ihmistä (Aamulehti boikottiin, hakupäivä 21.4.2012). Jouko Jokinen seisoo vanhasti lehden silloin valitseman linjan takana ja muistuttaa, etteivät toimittajat saa sensuroida itseään sosiaalisen median painostuksen vuoksi (Jokinen 2012, 66–68).

Toimittaja ajautuu aiempaa useammin tapauksiin, joissa ulkopuolinen kritiikki yrittää painostaa lehteä. Silloin on tärkeää, että vaikeat julkaisupäätökset tehdään journalistisin perustein eikä lukijaryhmiä, ilmoittajia tai levikkejä ajatellen. Tällaisen päätöksen eteen joutui esimerkiksi sanomalehti Kaleva uutisoidessaan vanhoillislestadiolaisuusliikkeeseen liittyvistä pedofiliatapauksista. (Aro 2012c, 125–129; Vehkoo 2011, 120.)

Yhteenvedon voisi todeta, että media joutuu yhä useammin olemaan vuoropuhelussa mediakriittisen yleisön kanssa ja kriittinen yleisö vaatii journalistiselta prosessilta lisää läpinäkyvyyttä ja vuoropuhelutaitoja. Yhtä kaikki, lehdillä on oikeus vaatia vastavuoroisesti samaa myös kritikoiltaan.

4.5 Joustava, rajaton joukkovoima

Seuraavaksi käsittelen hieman syvällisemmin joukkoälyä ja sen suhdetta journalismiin, sillä ensimmäinen ylitettävä kynnyks joukkoälyprosessin ja toimitusten välillä on epätietoisuus. Mitä joukkoäly on ja mihin sitä voi käyttää? Joukkoälyn käsite on selvitetty tämän tutkielman luvussa 2.2 Keskeiset käsitteet. Seuraava osa tutkielmaa kokoa laajemman viitekehyksen aiheen ympärille.

Jos joukkoälyn käsite puretaan osiin, täytyy kuvailla ensin käsitettä *joukko*. Joukkoa sosiaalisena rakenteena verrataan usein hierarkkiseen organisaatioon. Siihen verrattuna joukkovoimalla on ominaisuuksia, jotka tietyissä tilanteissa päihittävät auktoriteetteihin perustuvat työelämän prosessit. (Aitamurto ym. 2011, 85; Shirky 2008, 48.) Clay Shirky käsittelee joukkoja kirjassaan *Here Comes Everybody – The power of organizing without organizations*. Shirkyn mukaan joukoissa on kyse yksinkertaisesti siitä, että ihminen on laumoissa viihtyvä sosiaalinen olio, jolle on luonnollista erilaisiin ryhmiin. Uusi teknologia kaa-taa ryhmänmuodostuksen esteitä ja mahdollistaa erilaisten ryhmien synnyn. Tietoverkkojen kehittyminen nostaa erilaiset joukot perinteisten institutionaalisten ja hallinnollisten ryhmien rinnalle. Shirkyn ydinsanoma kuuluukin: nyt tulevat joukot. (2008, 18, 20–21, 22–24.)

Joukkoälyn aineista ovat siis joukot. Joukkojen yhteydessä puhutaan myös joukkovoimasta ja verkkovoimasta (ks. esim. Hintikka 2010; Aitamurto ym. 2010). Joukkovoima kehittyy osallistumisen kulttuurin synnystä, sosiaalisen median sovelluksista, jotka kannustavat jakamaan ja kommentoimaan. Jakamisesta ja välittämisestä asioiden ympärille kehittyi kohinaa (ks. Hintikka 2010). Joukkojen yhteistyöllä ja vaikutuksilla on Shirkyn mukaan kehitysasteita yksinkertaisesta ja vähäisestä yhteistyöstä monimutkaisempaan ja vaikuttavampaan muotoon. Joukkovoiman yksi kehittyneempi muoto on kollektiivinen yhteistyö (esim. Wikipedia) ja viimeinen kehittynein ja monimutkaisin joukkovoiman rakenne on kollektiivinen toiminta. (Shirky 2008, 109, 114.) Viimeisestä ja vaikutusvaltaisimmasta joukkovoiman muodosta voi käyttää esimerkkinä Hommaforumin poliittista aktivoitumista ja ahtaajien lakkoa, jotka molemmat saivat alkunsa keskustelupalstalta ja Facebookista (Aitamurto ym. 2011, 27–29).

Joukkoäly on johonkin tarkoitukseen valjastettua ennalta nimeämätöntä joukko-voimaa. Äly syntyy siitä, että joukoilla on yhdessä enemmän viisautta kuin yksilöllä. On todennäköistä, että suuresta joukosta ihmisiä löytyy suuremmalla todennäköisyydellä taitoja tai ideoita, joita on mahdollista hyödyntää. (Hintikka 2010, 107.) Joukkoäly ei ole tämän ajan keksintö, mutta siitä on tullut arkipäivää internetin myötä. Verkko mahdollistaa suurten joukkojen reaaliaikaisen osallistumisen tai osallistamisen esimerkiksi mielipiteen muodostukseen tai datan seulontaan. Hyvä ja tuttu esimerkki joukkoälystä on esimerkiksi tietosanakirja Wikipedia. (Hintikka 2007, 15.)

Joukkoälyä on käytetty varsin vähän uutistyyössä, vaikka sitä on onnistuneesti sovellettu liike-elämään, akateemiseen maailmaan ja hallintoon (Hintikka 2010, 108-109). Siitä on kehitelty vaihtoehtoista kollektiivista rahoitusmallia, *crowdfunding*. Hintikan mukaan uutistoimituksissa joukkoäly ymmärretään liian usein vain dialogisena elementtinä toimittajien ja lukijoiden kesken, sen sijaan, että sitä ajateltaisiin työn uudelleenorganisointina. Uutistoimistoilta saattaa unohtua myös, ettei yleisön tarvitse joukkoälyprojektissakaan hallita koko journalistista prosessia tai edes osia siitä. Laajemman tehtävän voi pilkkoa riittävän pieniksi mikrotehtäviksi, joiden tekemiseen on ohjeistettu ja motivoitu selkeästi. (Hintikka 2012, 25–27.)

Joukkoälyä on väläytetty varsinkin nuorten lukijoiden sitouttamiskeinona. Sanomalehtien Liiton sanomalehti opetuksessa -toiminnasta vastaava Jonna Tolonen ehdottaa, että joukkoälyllä kerättäisiin tietoa siitä, millainen lehden pitäisi olla, että se houkuttelisi myös nuoria (Virranta 2010, 11). Tällä kerättäisiin kuitenkin vain kehitysehdotuksia: nuoret eivät itse osallistuisi toimitukselliseen prosessiin tai lehden tekoon suoranaisesti vaan välillisesti palautteen kautta.

Joukkoälystä ollaan kiinnostuneita varsinkin mainosalalla. Sosiaalisessa mediassa lukijoiden tuottama vertaismainonta on arvokkaampaa kuin mainostajan oma sisältö. Erilaiset organisaatiot haluavat olla nyt osallisena joukkojen viestinnästä. Hintikan mielestä myös kaupallisella lehdistöllä olisi sauma kehittää omia innovatiivisia tapoja tehdä journalismia ja sitouttaa lukijoitaan. Journalisti-

sesta riippumattomuudestaan huolimatta joukkoviestintä ei ole taloudellisista lainalaisuuksista riippumaton toimiala. Sen on sopeuduttava myös tietoverkkojen kehityksen aiheuttamaan tuotanto- ja jakelumallien muutokseen. Joukkoistamista ei voi käyttää kaiken aikaa kaikkeen journalismiin, mutta oikein toteutettuna se on joustava ja matalan kustannuksen apuväline tehdä journalismia ja osallistaa yleisöä. (Hintikka 2012, 29.)

5 VALJASTETTU JOUKKOÄLY

Tässä luvussa kerron joukkoälyn käytöstä journalistisessa prosessissa käytännön esimerkkien kautta. Joukkoälyn ja avoimen datan hyödyntämisessä edelläkävijäksi kutsuttua brittiläistä The Guardiania käsittelen Johanna Vehkoon Painokoneet seis! -teoksen ja lehden oman uutisoinnin pohjalta. Kahta suomalaista joukkoälyä hyödyntänyttä lehteä Helsingin Sanomia ja Suomen Kuvalehteä käsittelen keräämäni haastattelujen ja tekstianalyysin pohjalta. Kuvailen joukkoälyn käyttöä toimituksellisen työprosessin näkökulmasta.

5.1 The Guardian

Brittiläinen The Guardian on tunnettu datajournalismin edelläkävijä. Seitsemän päivää viikossa ilmestyvän lehden levikki on vajaa 230 000 (Circulation figures for UK national daily newspapers for January 2012, hakupäivä 28.3.2012), mutta sen verkkosivuilla vierailee päivittäin yli neljä miljoonaa yksittäistä kävijää. Kävijämäärä on vuoden sisällä kasvanut liki 64 prosenttia. (Sweney, hakupäivä 28.3.2012). Kestämättömältä rahoitusyhtiöltä näyttävät levikkiluvut ja miljoonataappiot selittyvät puuttuvalla omistuksella: The Guardianin rahoituksen takana ei ole osakkeenomistajia vaan The Scott Trust säätiö, joka ohjaa muun liiketoimintansa voittoja lehden tekoon. The Guardianilla on varaa ja tahtoa panostaa printin sijaan digitaaliseen mediaan. Sen tavoitteena on olla kansainvälisesti suurin avointa dataa levittävä journalistinen julkaisu (Vehkoo 2011, 67, 109.)

5.1.1 Kulukorvaustositteiden joukkotutkinta

Toukokuussa 2009 Daily Telegraph ravisutti Iso-Britannian poliittista kenttää julkaisemalla tietoja brittiparlamentaarikkojen kulukorvauksista. Lehti sai käsiinsä salaisia tietoja sisältäneen kovalevyn, joka sisälsi kaikkien kansanedustajien kulukorvaukset viiden vuoden ajalta. Lopputuloksena sisäministeri Jacqui Smith joutui eroamaan, koska hänen aviomiehensä oli katsonut aikuisviihdettä vaimonsa edustustilin piikkiin. (Vehkoo 2011, 64.) The Guardian keksi käyttää kulukorvaustositteiden tutkinnassa joukkoälyä. Se laittoi sivustolleen kaikki 458

832 skannattua brittiparlamentaarikkojen kulukorvaustositetta. Tähän mennessä yli 32 782 ihmistä on käynyt läpi yli 225 486 kulukorvauskuittia. Jokaisen tositteen vierestä löytyvät yksinkertaiset vaihtoehdot, joita painamalla lukija voi ilmoittaa toimitukselle, jos tositteessa on jotain arveluttavaa. Vaihtoehdot ovat: ei kiinnostavaa, kiinnostavaa – sisältää merkittävää kulukorvaustietoa, kiinnostava, mutta jo tiedossa tai tutkikaa tätä – haluan tietää lisää. Tämän jälkeen lukijaa kehoitetaan jatkamaan seuraavan tositteen tutkimista. (Investigate your MP's expenses, hakupäivä 28.3.2012; Vehkoo 2011, 65 – 67; Kivioja 2010, 14.) Guardianin toimittajat kävivät läpi ilmiannettuja tositteita ja tekivät jutun, jos oli aihetta (Vehkoo 2011, 65).

Tositteista kävi ilmi, että poliitikot maksattavat veronmaksajilla esimerkiksi 225 punnan kynän, tv-lupamaksuja, jätetankin tyhjentämisen ja muita asumiseen liittyviä kuluja (Kivioja 2010, 14). Prosessin kannalta mielenkiintoista on toimituksen ja lukijoiden työnjako verrattuna Telegraphin ilman joukkoälyä tehtyyn urakkaan. Telegraphin skuuppi vaati 25 toimittajaa kuukausien ajan ennen ja jälkeen julkaisun. Guardianin työprosessi vaati sovelluksen kehittäjän Simon Willisonin viikon työn ja 50 punnan vuokran väliaikaisen serverin hinnasta (Vehkoo 2009, 65) sekä toimittajien tarkastustyön.

5.1.2 Ian Tomlinsonin kuolema

Ian Tomlinsonin kuoleman selvitystä voidaan kutsua joukkoälyn hyödyntämisen malliesimerkiksi ja osoitukseksi siitä, että yksittäinen toimittaja voi joukkoälyä hyödyntämällä tehdä merkittävää tutkivaa journalismia. Vuonna 2010 huhtikuussa nuori toimittaja Paul Lewis alkoi tutkia G20-mielenosoitusten yhteydessä kuolleen lehtimyyjän Ian Tomlinsonin tapausta. Poliisin ja patologin virallinen versio, että Tomlinson olisi kuollut sydänkohtaukseen, osoittautui valheeksi. Todellisuudessa Tomlinson oli kuollut sisäiseen verenvuotoon. Lewis selvitti totuuden kuudessa päivässä: poliisi pahoinpiteli Tomlinsonia.

Todisteet tulivat kymmeneltä silminnäkijältä, jotka ottivat yhteyttä Paul Lewisiin, lähes jokainen Twitterin kautta. Lopulta Lewis pystyi kuvien ja videoiden avulla todistamaan, että poliisi tönäisi Tomlinsonia takaapäin niin, että tämä kaatui maahan.

Sosiaalisen median kautta todistusaineistoa lähettäneet lukijat löysivät Lewisin, koska juuri hän oli raportoinut suoraan mielenosoituksista ennen, jälkeen ja niiden aikana. Lewis oli voittanut Twitterin kautta mielenosoitukseen osallistuneiden luottamuksen jo ennen kuin hän ryhtyi selvittämään Tomlinsonin kuolemaa. Tämän hän saavutti olemalla yhteydessä lukijoihin ja avaamalla toimitusprosessiaan sosiaalisessa mediassa. Paljastus johti patologin viraltapanoon, kahteen parlamentin vaatimaan tutkimukseen ja muutoksiin poliisin mielenosoitusohjeistuksessa. (Vehkoo 2011, 60–62; Fernando & Lewis 2009, hakupäivä 28.3.2012; Lewis, hakupäivä 28.3.2012) Tomlinsonin kaatanut poliisi sai marraskuussa 2010 syytteen tahattomasta kuolemantuottamuksesta. Poliisi sai vapauttavan tuomion alemmissa istuimissa, mutta syytteen käsittely jatkuu kesäkuussa 2012. (Malik 2011, hakupäivä 28.3.2012.)

5.2 Helsingin Sanomien arvopaperitutkimus

Käsittelen seuraavaksi Helsingin Sanomien tutkivan talousjournalismin projektia, jossa käytiin läpi arvopapereita ja pankkiirien omistuksia internetin datasovelluksia ja joukkoälyä hyödyntämällä. Lähteenä seuraavaan osioon käytän taloustoimittaja Tuomo Pietiläisen haastattelua, Helsingin Sanomien tietosuojavaltuutetun selvityspyyntöön tekemää yksityiskohtaista vastausta (Pentikäinen 2012), sekä 29.12.2011 Helsingin Sanomissa julkaistua lukijan vihjeestä lähtenyt juttukokoelmaa Pankkiireille palkkaa osinkoina. Tuomo Pietiläinen sai Tutkivan journalismin yhdistyksen Lumilapio-journalistipalkinnon nyt esiteltävästä arvopaperitutkimuksesta.

Helsingin Sanomat on Pohjoismaiden suurin päivälehti. Sen levikki on 365 994 ja lukijoita sillä on keskimäärin 905 000 (Levikkitalasto 2011, hakupäivä 30.3.2012; KMT Lukijatiedote 2011, hakupäivä 30.3.2012). Helsingin Sanomat

työllistää noin 500 ihmistä, ja se on osa Sanoma Oyj:n mediakonsernia (Sanoma News lyhyesti, hakupäivä 30.3.2012).

5.2.1 Valtava aineisto käsiteltäväksi

Arvopaperitutkimuksen päämääränä oli tutkia, miten arvopaperinvälittäjät ja omaisuudenhoidajat noudattavat lainsäädäntöä ja alan eettisiä sääntöjä. Prosessin tarkoituksena oli antaa lukijoille kuva siitä, missä määrin väärinkäytöksiä tapahtuu, minkä luonteisia ne ovat ja ovatko välittäjien ja omaisuudenhoidajien ylimmät johtajat syyllistyneet niihin. Jutuntekoprosessissa käytettiin apuna avoimen datan sovelluksia ja joukkoälyä. Arvopapereita alettiin ensimmäisen kerran käydä läpi elokuussa 2011. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.) Ensimmäinen lehtijuttu aiheesta tehtiin lokakuussa 2011 ja viimeinen tammikuussa 2012. Yhteensä aiheesta julkaistiin kaksi pääjuttukokoelmaa ja pari pienempää juttua ja uutisanalyysiä. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu; Pentikäinen 2012.)

Aineistohaastateltava ja arvopaperitutkimuksen toimittanut Tuomo Pietiläinen on pitkän linjan taloustoimittaja, joka on työskennellyt valtaosan 25-vuotisesta urastaan Helsingin Sanomissa. Tutkivaan talousjournalismiin erikoistunut Pietiläinen valittiin tämän tutkielman tekovaiheessa journalistiikan vierailijaprofessoriksi Tampereen yliopistoon. Pietiläisen lisäksi työryhmään kuului Helsingin Sanomien datajournalismin asiantuntija Esa Mäkinen, joka toteutti joukkoistamisen teknisen puolen, sekä TET-harjoittelija Kalle Heinonen, joka auttoi käymään läpi aineistoa. Lisäksi arvopapereiden skannauksessa auttoi tietopalveluassistentti. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Pietiläinen aloitti tutkimuksen pyytämällä kaikilta arvopaperinvälittäjiltä ja omaisuudenhoidajilta julkiset kaupankäyntitiedot viiden viime vuoden ajalta. Prosessin ensimmäisessä vaiheessa Pietiläinen kävi läpi Heinosen kanssa arvopapereita etsien merkkejä avoimesta kaupasta. Oman tutkimustyön pohjalta julkaistiin jutut 10.10.2011 ”Pörssialan valvonta lipsuu” ja ”Pankkiirien lyhyt kauppa jatkuu”. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu; Pentikäinen 2012, 2.) Journalistiset tulokset esitellään seuraavassa luvussa.

Koska prosessin aikana näytti selvältä, että rikkomuksia olisi enemmän kuin toimitus pystyy itse selvittämään, päätettiin hyödyntää joukkoälyä (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu; Pentikäinen 2012, 2). Sisäpiirirekistereitä koskeva tieto julkaistiin hs.fi verkkosivustolla. Verkkosivuston aineistopankista haluttiin tehdä mahdollisimman helppo. Arvopaperivälittäjien julkiset sisäpiirirekisteritiedot on koottu yhteen ja tiedot on laitettu välittäjien nimien mukaiseen aakkosjärjestykseen. Verkkosivun aineistopankista materiaalit avautuvat pdf-muodossa selaimen. Sivulla on selkeä tehtävänanto: ”Ilmoita havaintosi meklarien pörssikaupoista omaan salkkuun” ja yksinkertainen vastauslomake, jonka avulla lukija voi ilmiantaa epäilyttävät havainnot. Monivalintasarakkeessa lukija voi ilmoittaa, onko hänen havainnossaan kyse lyhytkauppaepäilyistä, kurssimanipulaatioepäilyistä tai jostain muusta sijoitusneuvojan tai meklarin epäeettisestä omasta kaupasta. Lukijalla on myös mahdollisuus kuvailla epäilyä ja antaa lisätietoa lomakkeen avoimessa kentässä. (Pörssitutkimus 2011, hakupäivä 31.3.2012.)

Mittavan aineiston käsitteleminen avoimen datan sovellustyökaluihin sopivaan muotoon oli työläs osa prosessia. Työkaluna käytettiin ilmaista Google Dokumentit -sovellusta (Google Docs). Lukijahavaintoja tuli yhteensä noin 50. Myös havaintojen tarkastaminen oli työlästä ja aikaa vievää toimintaa.

Havaintojen tarkistamiseen meni paljon aikaa. Niitä ei voinut laittaa sellaiseen lehteen. Se on tietenkin meidän [toimittajien] vastuulla, ettei lehteen pääse perättömiä väitteitä. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Yksi vihjeistä paljasti erittäin arvokkaan tiedon, josta tuli viimeisen juttukokonaisuuden aihe. Uutiset sivulla julkaistiin 29.12.2011 artikkeli otsikolla ”Lukijoiden apu jutunteossa toi ilmi pankkiirien omistusjärjestelyt” ja taloussivulla artikkelit otsikoilla ”Palkkaa osinkoina”, ”Miten pankkiiriyhtiöt edistävät yhteishyvä?” sekä ”Pankkiirien omistuksesta luovuttu melkein kaikissa finanssiyhtiöissä”.

Kaiken kaikkiaan prosessin aikana julkaistiin kaksi pääjuttukokonaisuutta 10.10.2011 ja 29.12.2012. Lisäksi julkaistiin joukko uutisanalyyssejä ja lyhyempiä juttuja: ”Meklareita pidettävä silmällä”, 11.10.2011; ”Pankkiirien valvonnan puutteet pelottavat”, 11.10.2011; ”Jo kymmeniä vihjeitä pankkiirien salkuista”, 18.10.2011. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu; Pentikäinen 2012, 2, 3, 5.)

5.2.2 Lukijan vihje paljasti pankkiirien omistukset

Juttuprosessin ensimmäisen vaiheen selvityksissä, jonka pohjalta jutut ”Pörs-sialan valvonta lipsuu” ja ”Pankkiirien lyhyt kauppa jatkuu” julkaistiin 10.10.2011, paljasti 34 oman alan eettisiä ohjeita rikkonutta meklaria, omaisuudenhoitajaa tai muuta pörssivälittäjän työntekijää kahdeksassa pankkiiriliikkeessä. He olivat tehneet 46 sääntöjen vastaista kauppaa elokuusta 2006 elokuuhun 2011. (Pentikäinen 2012, 2.) Lukijoilta tuli paljon vihjeitä, jotka vahvistivat Helsingin Sanomien aiemman selvityksen tulokset, joiden mukaan arvopaperinvälittäjät kävivät yhä lyhyttä kauppaa. Täysin uusi tieto, mikä lukijalta tuli viimeisen juttukokonaisuuden kohdalla, koski OP-Pohjola-ryhmän pankkiirien sisäisiä osinkopalkkoja. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu; Pentikäinen 2012, 3.) Osuustoiminta-aattelle rakennettu OP-Pohjola maksoi pankkiirien henkilökohtaisille omistusyhtiöille yhteensä 14 miljoonaa euroa (Pietiläinen 2011, B5). Lukija huomasi kaupparekisterissä varainhoitoväelle perustettuja numeroituja holding-yhtiöitä. Havainto olisi todennäköisesti jäänyt tekemättä ilman joukkoistamismetodin käyttöä. (Pentikäinen 2012, 3; Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Jutun yhteydessä on myös OP-Pohjolan pääjohtaja Reijo Karhisen haastattelu, jossa hän kertoo, että osinkopalkkioista on päätetty luopua jo kuukausi ennen kuin osinkopalkkausjärjestelmä selvisi toimitukselle. Luopumispäätös tehtiin, koska ”omistuksiin perustuvia järjestelmiä ei voi enää pitää oikeudenmukaisina”. (Pietiläinen 2011, B5.) Jutun julkaisun jälkeen OP-Pohjola luopui omistusyhtiöpalkkioista nopeutetussa aikataulussa (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu).

5.2.3 Yllättävä jälkiseuraus: tietosuojavaltuutetun selvityspyyntö

Tietosuojavaltuutettu Reijo Aarnio teki selvityspyynnön Helsingin Sanomille. Tietosuojavaltuutettu tutkii, rikkoiko Helsingin Sanomat henkilötietolakia julkaisessaan arvopaperitutkimuksen yhteydessä nimiä ja omistuksia. Helsingin Sanomat teki perusteellisen vastauksen selvityspyyntöön. Tuomo Pietiläinen kommentoi: ”Teimme yksityiskohtaisen vastauksen. Halusimme, ettei tästä tule ennakkotapausta, joka estäisi joukkoälyn käytön tulevaisuudessa.”

Helsingin Sanomat katsoo vastauksessaan, ettei se riko yksityisyydensuojaa, sillä arvopaperiomistajat ovat julkisia vallankäyttäjiä.

Helsingin Sanomat katsoo, etteivät tiedot sisällöltään, julkisina, pääosin yleisesti saatavilla olevina, taloudellisiin vallankäyttäjiin liittyvinä sekä osittain anonymisoituina kuulu yksityiselämän ydinalueeseen (Pentikäinen 2012, 6).

Helsingin Sanomat katsoo myös suorittavansa sille annettua journalistista velvollisuuttaan vallankäytön vartijana. Lehden mukaan sillä on ollut sananvapautteen perustuva oikeus ja velvollisuus julkaista aineisto. Joukkoälyn käyttö perusteltiin sen tarpeellisuudella ja tietojen julkisella saatavuudella, sekä prosessin tuloksellisuudella:

Sen, että journalistiseen prosessiin on osallistunut myös aktiivinen lukijajoukko, ei tule muuttaa tulkintaa julkaisun laillisuudesta. Käyttäessään sisäpiirirekistereitä asiasta kiinnostunut lukija hyödynsi oikeuttaan, joka hänellä muutoinkin olisi ollut, ja jonka käyttämiseen häntä on julkisen vallan taholta suorastaan kannustettu. (Pentikäinen 2012, 6.)

Helsingin Sanomat perustelee joukkoälyn käyttöä lopulta myös vetoamalla demokraattisiin perusoikeuksiin:

Kansalaisten osallistuminen on välttämätöntä demokratialle, ja Helsingin Sanomat on tätä pyrkinyt osaltaan edistämään (Pentikäinen 2012, 6).

5.2.4 Joukkoäly tulevaisuudessa tutkivan journalismin työkaluksi

Kuukausien tutkimustyön tuloksena pörssitutkimus synnytti monta skuuppia Helsingin Sanomille. Pietiläisen mukaan myös se, että lukijat saatiin mukaan jutun tekoon, teki projektista onnistuneen. Joukkoälyn käytön prosessilla oli Pietiläisen mukaan symbolista arvoa. Tärkeintä oli kuitenkin journalistinen lopputulos, jota ilman koko prosessi olisi jäänyt vajaaksi. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Joukkoälyn käyttöön liitetään myös riskejä ja huonoja puolia. Se nähdään resurssisyöppönä: aikaa ja rahaa vievänä prosessina. (Kivioja 2010, 15.) Pietiläisen mukaan arvopaperitutkimuksen työläys johtui juttutyypistä. Projekti olisi ollut yhtä raskas ilman joukkoälyn käyttöäkin. Pietiläinen huomauttaa, että tutkivan journalistin työ vie aina aikaa.

Joukkoistaminen prosessina ottaa kuitenkin aikansa projektin alku- ja loppuvaiheissa. Alkuvaiheessa materiaali työstetään jaettavaan kuntoon, ja loppuvaiheessa vihjeet täytyy tarkistaa.

Työläys ei tullut siitä joukkoistamisesta vaan aiheesta. Joukkoälyn käyttäminen ei ole itsessään työlästä. Sitä voidaan käyttää myös järkevästi. Vaativinta projektissa on se aivotyö, mikä pitää tehdä, ennen kuin lähtee hakemaan niitä vastauksia. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Joukkoälyn käytön varjopuolelle laitetaan myös vihjeiden laatu ja projektin herkkyys manipuloinnille ja ilkeimmälle (Kivioja 2010, 15). Millaisia vaaroja piilee lukijoiden vastauksissa? Pietiläisen mielestä on olemassa riski, että vastaukset ovat itsestään selviä tai eivät tuota lisäarvoa tai että vihjeet ovat vääriä. Myös kiusanteko on mahdollista. Pietiläinen korostaa vihjeiden tarkastamisen tärkeyttä, sillä on aina olemassa riski, etteivät vihjeet pidä paikkaansa.

Voisiko joukkoälyä käyttää maakuntalehdissä? Pietiläisen mielestä maakuntalehti ei ole paras paikka toteuttaa arvopaperitutkimuksen kaltaista laajaa joukkoälyprosessia, koska lukijakunta on suppeampi kuin valtakunnallisella lehdistöllä. Tärkeät asiantuntijakommentit voivat rajautua pois. Maakuntalehtien kannattaa miettiä, mihin aihealueisiin ylipäätään voisi tulla vastauksia. Pietiläisen mukaan maakuntalehden täytyisi tehdä tarkka lukijaprofiili ja antaa yleisölle tehtävät sen perusteella. Teknisesti ja resurssien kannalta joukkoälyn käytön prosessin voisi toteuttaa maakuntalehdissäkin. ”Ei se ole mahdottomuus, kun sen kerran opettelee ja suunnittelee hyvin.” (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

Pietiläinen sanoo, että joukkoäly on juurtumassa suomalaiseen journalismiin hiljalleen. Tarvitaan onnistuneita projekteja näyttämään suuntaa ja muut seuraavat perässä. Joukkoäly on tutkivan journalismin tulevaisuutta. ”Sitä on niin vähän, että eihän se tästä voi muuta kuin lisääntyä. Digitalisoituminen on tulevaisuutta tutkivassa journalismissa.” Helppokäyttöisten datankäsittelytyökalujen käyttö lisääntyy, samoin kuin yhteistyö toimittajien, visualistien ja koodareiden kanssa. Pietiläinen mainitsee esimerkkinä HS Open -datajournalismiprojektin, joka pyrkii tuomaan yhteen visualisteja, sovelluksen kehittäjiä ja journalisteja. (Pietiläinen 8.3.2012, haastattelu.)

5.3 Suomen Kuvalehden Totuuspuntari

Seuraavaksi käsittelemme Suomen Kuvalehden Totuuspuntaria, joka on faktantarkistukseen perustuva datajournalismia ja joukkoälyä hyödyntävä verkkojournalistinen projekti. Lähteenäni käytän Suomen Kuvalehden verkkopalvelun toimittussihteerin Juho Salmisen haastattelua. Salminen oli projektissa tuottajatoimittajan roolissa. Lisäksi aineistonani toimii Totuuspuntarin oma verkkomateriaali ja etenkin analyttisiä artikkeleita: ”Totuuspuntari: Joukkoälyllä vauhtia vaalikeskusteluun” (Salminen 2011a, hakupäivä 11.4.2012) sekä yhteenvetoa ”Totuuspuntari: Poliitikot osaavat moniselitteisen puheen” (Ukkola 2011, hakupäivä 11.4.2012).

Suomen Kuvalehti on kerran viikossa ilmestyvä journalistinen aikakauslehti. Sen levikki on 91 277 (Levikkitalasto 2011, hakupäivä 30.3.2012) ja lukijoita sillä

on 310 000 (KMT Lukijatiedote 2011, hakupäivä 30.3.2012). Suomen Kuvalehti on osa Otavamediaa (Suomen Kuvalehti, hakupäivä 30.3.2012).

5.3.1 Systemaattisesti tutkittuja sanomisia

Totuuspuntari on juttusarja, joka on julkaistu Suomen Kuvalehden verkkosivuilla vuoden 2011 alusta saman vuoden kevääseen. Totuuspuntarin tarkoituksena oli selvittää kevään eduskuntavaaliehdokkaiden väitteiden todenperäisyyttä. Selvittäviin väitteisiin vinkkejä pyydettiin lukijoilta. Väitteen totuusarvon käsittelyn ympärille toimittaja kirjoitti jutun, jonka yhteydessä julkaistiin väitteen totuudenmukaisuutta visualisoiva mittari (Kuva 1; Salminen 29.2.2012, haastattelu). Viisari kallistui joko punaiselle ”EI” väitteen valheellisuutta osoittaessaan ja vihreälle ”JAA” väitteen todellisuutta osoittaessaan. Kun vastausta ei voida todistaa valheeksi eikä todeksi, sen viisari osoittaa keskivaiheille ”NO JAA”. (Salminen 2011b, hakupäivä 14.4.2012.)



Kuva 1. Totuuspuntarille kehitettiin tunnistettava visuaalinen ja informatiivinen ilme. Kuvitus Hannu Kyyriäinen, Katja Saarelainen

Totuuspuntarin tuottajatoimittaja ja haastateltava Juho Salminen on valmistunut Haaga-Helian ammattikorkeakoulusta journalismin linjalta ja työskennellyt alalla

vuodesta 2006. Täyspäiväiset työt Suomen Kuvalehdessä Salminen on aloittanut tammikuussa 2008. Vuoden 2009 alusta hän on toiminut verkkopalvelun toimitussihteerinä ja vuoden 2012 alusta alkaen Otavamedian sähköisen journalismin kehittäjänä. Salmisen lisäksi Totuuspuntarin työryhmään kuului toimitaja Jukka Ukkola, joka toimitti suurimman osan väitteiden jutuista, tutkija Tanja Aitamurto, joka toimi ideoijana ja neuvonantajana projektin eri vaiheissa, sekä verkkopalveluiden toimituspäällikkö, joka viime kädessä vastasi projektista. Ydinjoukko koostui neljästä henkilöstä ja Ukkolan lisäksi väitteitä punnitsevia juttuja kirjoitti neljä eri Suomen Kuvalehden toimittajaa. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Totuuspuntarin idea lähti kypsyymään syksyllä 2010. Suomen Kuvalehdellä oli yhteistyöideointia ja hankkeita tutkija-toimittaja Tanja Aitamurron kanssa. Aitamurto on tutkinut joukkoälyn käyttöä Yhdysvalloissa, ja tekee parhaillaan väitöskirjaa aiheesta. Totuuspuntarin esikuvina käytettiin Truth-O-Meter ja Factcheck –nimisiä joukkoistamisprojekteja. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Juttusarjaa valmisteltiin aktiivisesti noin puolitoista kuukautta ennen ensimmäistä julkaisua (Salminen 29.2.2012, haastattelu). Ensimmäinen tehtävänanto lukijoille annettiin 18.1.2011 ”Epäiletkö poliitikkojen väitteitä? SK:n Totuuspuntari laittaa tosiasiat paikalleen” (Salminen 2011, hakupäivä 11.4.2012). Lukijoita kehoitettiin ilmoittamaan vaaliehdokkaan puheiden herättämiä epäilyjä Totuuspuntarille. Lukijoiden lähettämiä väitteitä kävi läpi kaksi henkilöä: Salminen ja Ukkola. Lukijoilta tuli yhteensä 108 vinkkiä selvitettävistä väitteistä (Ukkola 2011, hakupäivä 11.4.2012). Salminen suoritti esikarsinnan saapuneiden vihjeiden väliltä ja poimi niistä potentiaaliset. Vihjeitä kerättiin myös muualta kuin lukijoilta, esimerkiksi oman toimituksen keskuudesta. Vihjeiden laatu vaihteli, mutta Salminen oli loppujen lopuksi tyytyväinen.

Ehdotusten pohjalta valikoitui lopulta 24 väittämää tutkittavaksi asti. Ensimmäinen tutkittu väite ”Totuuspuntari: Kaikkiin pieniin eläkkeisiin reilu korotus maaliskuussa?” julkaistiin 21.1.2011 ja viimeinen väite ”Suomelle miljardin tappiot Kreikan velkasaneerauksesta?” julkaistiin 15.4.2011. Lisäksi juttusarjassa julkaistiin projektin alku- ja loppuvaiheessa analyysit ”Etsimme totuutta – eli mitä?”

ja ”Totuuspuntari: Poliitikot osaavat moniselitteisen puheen”. (Teemat/Totuuspuntari, hakupäivä 14.4.2012).

Totuuspuntaria markkinoitiin lukijoille verkossa ja printissä. Lähtökohtaisesti Totuuspuntari oli näkyvällä paikalla verkossa. Projektin alkuvaiheilla printtiversiossa julkaistiin uutinen juttusarjasta ja Salmisen Totuuspuntaria koskeva media-aiheinen kolumni ”Etsimme totuutta - eli mitä?” Printtiversiossa julkaistiin vähintään joka toisessa lehdessä lyhyt katsaus selvitettyyn väitteeseen, jonka oheen laitettiin kehoitus mennä tutustumaan juttusarjaan verkossa.

Totuuspuntarin tekeminen toimittajan näkökulmasta ei poikkea paljoa normaalista toimitustyöstä. Yhteen juttuun käytettiin aikaa kahdesta tunnista kahteen työpäivään. Monimutkaiset verotukseen liittyvät kysymykset veivät yllättäen enemmän aikaa kun oli alun perin suunniteltu. Totuuspuntarin tekeminen poikesi siinä mielessä tavallisesta toimitustyöstä, että tehtävänanto tuli lukijoilta ja tekeminen oli systemaattista.

Työprosessiin liittyviä ongelmia ei Salmisen mielestä Totuuspuntarin kanssa ollut. Toimituksen sisällä ei tarvinnut käydä vääntöä toimituksen voimavarojen sitouttamisesta projektiin. Jukka Ukkola oli jäänyt eläkkeelle Suomen Kuvalehdestä, ja hänet palkattiin freelancer-avustajasuhteeseen projektia varten. Työryhmä kasvoi sitä mukaan kun juttusarja eteni. Ihmisiä oli helpompi saada mukaan, kun he olivat nähneet, mistä projektissa oli kyse.

Salmisen mukaan Totuuspuntarin voi laskea tutkivaksi journalismiksi, vaikka hänen mielestään periaatteessa kaiken journalismin pitäisi olla jollainlailla tutkivaa.

Tässä on sillä lailla normaalia enemmän [tutkivaa journalismia], että jostain syystä tämän tyyppinen sanomisten ja väitteiden ja argumenttien purkaminen ei ole ollut hirveän yleistä (Salminen 29.2.2012, haastattelu).

Salmisen mukaan jopa politiikan tasolla (esimerkkinä mainitsee Osmo Soininvaaran blogin) ihmetellään, kuinka helposti Suomessa pääsee sanomisiensa kanssa.

Se [poliitikko] voi sanoa jotain ja sitten se kirjataan ylös lehteen tai haastatteluun ja that's it. Siinä mielessä tämä [Totuuspuntari] on tutkivaa journalismia, koska tehdään vielä enemmän kriittisellä ja tutkivalla otteella kuin yleensä, josta toki seuraa jatkokysymys, että eikö sen [journalismin] aina pitäisi olla sitä? Tämä on ehkä sellainen formaatti tai juttutyyppi, johon se luontevasti sopii, koska se perustuu faktojen ympärille. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

5.3.2 Joukkoöly kehittää lukijasuhdetta

Totuuspuntari täytti tekijöidensä odotukset osittain, mutta isompi skuuppi jäi puuttumaan.

Tekijänä olisi toivonut, että olisi löytynyt joku semmoinen väite, että olisi ollut skuuppi tai vastaava. [Toivoin, että] olisi noussut esiin joku niin järjetön valhe, tai epämääräinen puhetapa, että se olisi noussut kansalliseksi puheenaiheeksi. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Salmisen mukaan syy siihen, ettei näin käynyt, saattaa kieliä poliitikkojen taitavista sanan käänteistä. Poliitikot osaavat monimuotoisen puheen ja taitavan retoriikan, jolloin heitä on vaikea saada kiinni suoranaista valheista.

Positiivisena tuloksena Salminen pitää runsasta näkyvyyttä, jonka Totuuspuntari sai varsinkin verkkomaailmassa, blogeissa ja Facebookissa. Totuuspuntari sai myös paljon positiivista palautetta lukijoilta, mikä on harvinaista. Totuuspuntari on Suomen Kuvalehden ainoa palsta, jonka perään on kysely. Salmisen mukaan myös se on merkillepantavaa, että erilaisia totuusmittareita alkoi muutamien viikojen päästä ilmestyä muissakin lehdissä, kuten Aamulehdessä. Projekti sai kiitosta myös talon sisältä. Se koettiin luontevaksi osaksi Suomen Kuvalehteä.

Totuuspuntarin kohdalla työprosessi ja tulokset olivat Salmisen mukaan yhtä tärkeitä. Prosessi oli merkittävässä roolissa projektin lanseeraamisvaiheessa, mutta ilman mielenkiintoisia vastauksia koko projekti olisi ollut turha. Vaikka joukkoälyn käyttö ei vaikuttanut toimittajan työprosessiin olennaisesti, se toi mukaan yleisön osallistumisen. Kun selvittävät aiheet tulevat lukijalta, juttujen lähtökohta on paljon lähempänä loppuasiakasta kuin perinteinen toimituksellinen prosessi.

On tässä sellainen filosofinenkin ero. Perinteisesti on ajateltu, että me tiedetään, mikä on tärkeää, että näistä asioista ne varmaan haluaa, että me kirjoitellaan. Nyt se tuli oikeasti se kiinnostuksen kohde näkyville. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Salminen kuitenkin muistuttaa, että lukijanvihjeitä on tullut toimituksiin pitkin maailman sivu kirjeenä, tekstiviesteinä ja puhelimitse. Uutta oli tapa, jolla tietoa kerättiin: järjestelmällisesti ja projektiluontoisesti Totuuspuntarin palstan alla sosiaalisen median ominaisuuksia hyödyntäen.

Salmisen mukaan lukijasuhteen kehittäminen nähdään nykyisin tärkeänä toimituksessa. Siinä mielessä myös joukkoälyllä on paikkansa sen kehittämisessä.

Lukijasuhde pitäisi olla muutakin, kun sitä, että voitellaan sitä, kuinka huonoja kommentteja nettijuttujen ohessa esiintyy. Tottahan se on, että se on se näkyvin osa sitä, mutta siitä seuraa jatkokysymys, että missä ne kaikki fiksut lukijat ja miten ne voisi osallistua siihen? (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Salmisen mukaan eri merkit osoittavat, että ihmisillä on halu osallistua journalismin tekemiseen. Salminen haluaa kuitenkin tehdä pesäeron kansalaisten journalismiin. Kaikkien ei tarvitse itse kirjoittaa tai kuvata. Ihmiset voivat osallistua nostamalla esiin asioita, mitkä heitä kiinnostaa.

Jos mietitään sitä perimmäistä merkitystä, mikä journalismilla ylipääntään on. Jos se vastaa sellaiseen ongelmaan tai kysymykseen, joka juuri minulla on, niin silloinhan sillä luultavasti on merkityksensä sillä koko tekemisellä ja lehdellä. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

5.3.3 Onnistuneet esimerkit kannustavat kokeilemaan

Salmisen mukaan on enemmän kuin todennäköistä, että Totuuspuntari saa jatkoa. Suomen Kuvalehdessä ollaan myös valmiita toteuttamaan muunkinlaista joukkoälyä hyödyntäviä projekteja, kuten Helsingin Sanomien arvopaperitutkimuksen kaltaista datamassojen läpikäymistä.

Toistaiseksi ei ole tullut vastaan sellaista juttutyyppiä, johon tuo [datan joukkoistaminen] olisi sopinut luontevasti, mutta olen aika varma, että jos ja kun sellainen jostain tulee, niin kyllä on valmiudet, sekä tekniset että henkiset valmiudet, kokeilla semmoista (Salminen 29.2.2012, haastattelu).

Salminen arvelee, että joukkoälyn käyttö juurtuu pikkuhiljaa toimituksiin. Kehitys kulkee erilaisten onnistumisten kautta. Arvopaperitutkimus on muuttanut Helsingin Sanomien toimituksessa ajattelutapoja, samoin kuin Totuuspuntari Suomen Kuvalehdessä. Myös eri puolilla lehtikenttää nämä onnistumiset ovat jääneet toimittajien mieleen potentiaalisena ja kokeilunarvoisina projekteina. Salmisen mukaan kehitys kulkee samaa kaavaa kaikessa uuden maailman tekemiseen liittyvässä, kuten verkkokirjoittamisessa, blogeissa, sosiaalisessa mediasa tai lukulaitelhdissä.

Jonkun pitää tehdä se pohjatyö ja näyttää se muulle toimitukselle, että teidän työnjälki näyttää tässä näin hyvältä - - Mitä enemmän tulee onnistuneita kokeiluja, niin sitä kautta se yleistyy. (Salminen 29.2.2012, haastattelu.)

Salmisen mielestä joukkoäly juurtuu toimituksellisiin käytäntöihin myös journalismin ammattilaisten nuorentumisen kautta. ”Väitän, että nuorilla on keskimäärin enemmän halua ja kykyä tehdä uudentyyppisiä ratkaisuja.”

Joukkoistaminen ei ole kuitenkaan riskitöntä. Salmisen mukaan joukkoistamisessa piilee riskejä, koska yleisö on arvaamaton. Projekti saattaa saada laimean osanoton, jonka myötä siltä menee pohja kokonaan. Entä jarruttaako riskien pelko toimituksia tarttumasta uusiin metodeihin? Näin luultavasti on, Salminen arvioi. Salminen sanoo loppukaneetiksi, että jollei ota riskejä, ei voi voittaa.

5.4 Yleisön ja toimituksen yhteinen projekti

Käsittelimilläni joukkoälyprosesseilla on yhtäläisyyksiä, joita kokoan yhteen seuraavaksi. Ensinnäkin kaikki jutut ovat tutkivaa journalismia. Jokaisessa esimerkissä yleisön kanssa selvitettiin yhdessä asiaa, joka olisi jäänyt muuten pimentoon. Totuuspuntarin menetelmä toimi kansalaisjournalismin periaatteella ja kysyi lukijoilta, mitä he haluavat saada selville. Tällä tavoin toimitukset aktivoivat yleisöä prosessin alkuvaiheessa, mutta tekivät tiedonhankinnan ja toimitustyön itse. The Guardianin ja Helsingin Sanomien tapauksissa lukijat tekivät myös tiedonhankintaa. Näissä tapauksissa lukijan vihjeet paljastivat sellaista arvokasta tietoa, joista syntyi valtakunnallisia skuppeja.

Kaikki työprosessit on toteutettu tiimityöskentelynä. Tiimi on perustettu jonkun projektin ympärille määrätyksi ajaksi. Tiimin ydinryhmä on koostunut yleensä toimittajasta ja joukkoistamisen toteuttaneesta henkilöstä, joka taitaa datasovel-luksien käytön. Ian Tomlinsonin tapaus oli poikkeus, sillä Lewisin tiimi oli sosi-aalinen media. Tomlinsonin tapaus ei ollut palaverissa päätetty projekti, vaan sen taustalla oli yhden toimittajan tutkimus.

Olennaista on myös toimittajan vahva portinvartijan rooli prosessissa. Toimittaja teki aivotyön, valikoi kysymykset tai vihjeet ja lopuksi toimittaja teki lopullisen lähdekriittisen työn ja kirjoitti jutun. Toimituksellinen prosessi ei juuri poikennut tavallisesta toimitusprosessista. Joukkoistaminen oli työkalu, jolla saatiin lisäarvo tekemiseen. Lopputulosten suhteen kaikki käsitellyt joukkoälytapaukset ovat saaneet osakseen huomiota ja tunnustusta sekä kollegoilta että lukijoilta.

Totuuspuntarin ja arvopaperitutkimuksen lisäksi joukkoistamista hyödyntäviä kansalaisjournalistisia projekteja on toteutettu viimeisen vuoden sisällä muissa-kin lehdissä. Esimerkiksi vuoden journalistinen teko palkintoehdokkaana 2011 oli Oma Olivia -projekti. Projektissa lukijat päättivät yhden numeron lehtijuttujen aiheet ja näkökulmat, kysyttävät kysymykset ja kansikuvamallin. He myös itse kirjoittivat juttuja. Oma Olivia-numero oli myyntimenestys. (Tässä ovat ehdokkaat Suuren journalistipalkinnon 2011 saajiksi, hakupäivä 11.5.2012.)

Erilaisia avoimen toimituksen tempauksia puolestaan tehdään myös maakuntalehdissä. Esimerkiksi Satakunnan Kansassa lehden tekoa sen taittamisesta asti on tuotu kansan keskuuteen. Ensi kesänä koko toimitus saapuu rekan kyydissä Porin torilla ja kansalaiset saavat osallistua lehden tekoon. (Helpinen 2012, ha-
kupäivä 11.5.2012.)

Samankaltaisia lukijavuorovaikutukseen pyrkiviä tempauksia on tehty myös niissä maakuntalehdissä, joita olen haastatellut tätä tutkielmaa varten. Lukija-
vuorovaikutuksen teema on yksi motiiveista myös käyttää joukkoistamista. Näitä
projekteja, sekä Salmisen ja Pietiläisen arvioita joukkoälyn käytöstä journalis-
missa ja pienemmän levikkialueen lehdissä analysoin tarkemmin seuraavassa
tutkimusaineistoa käsittelevässä luvussa.

6 HAASTATTELUTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkielmani tietoperustasta voi havaita selkeän kahtiajaon, jonka toisella puolella nähdään muuttumishaluton perinteinen media. Joukkoälyn ympärillä vellova keskustelu on tähän mennessä piirrellyt lähinnä suuria, valtakunnallisen median viivoja. Maakuntalehdistön ääni uuden journalismin kehittelystä on unohtunut, vaikka journalismin kriisi, jolla arvojen ja käytäntöjen uusintamista perustellaan, koskettaa myös paikallisista lähtökohdista uutisoivia lehtiä. Tätä tutkielmaa varten halusin kysyä maakuntalehdiltä itseltään, mitkä ovat ne taloudelliset ja henkiset realiteetit, joiden varassa kehitetään uusia tapoja tehdä journalismia pie-nemmän levikkialueen lehdissä.

Haastattelin kolmea maakuntalehden edustajaa. Ilkasta ja Savon Sanomista valitsin haastateltavakseni verkkotuottajat. Kalevasta haastattelin yhteisötuottajaa. Haastattelujen tulokset on tehty kolmen eri maakuntalehden edustajan haastattelun pohjalta. Haastateltavina olivat Jussi Murtasaari Savon Sanomista, Maija Pakkala Ilkasta ja Erkki Hujanen Kalevasta.

Jussi Murtasaari työskentelee verkkotuottajana Savon Sanomissa. Hän vastaa lehden sähköisistä palveluista, verkko- ja mobiilipalveluista, näköislehdestä ja tulevaisuudessa myös lukulaiteldestä. Murtasaari on työskennellyt 10 vuotta viestintäalalla. Hän on tehnyt uutisia televisioon, paikallis- ja maakuntalehteen, työskennellyt tiedottajana ja tuottajana av-puolella. Hän on koulutustaustaltaan medianomi. Lisäksi hän on opiskellut tiedotusoppia avoimessa yliopistossa. (Murtasaari, haastattelu 23.4.2012.)

Savon Sanomat on Keski-suomalainen Oyj:n omistama maakuntalehti (Kustannustoiminta, hakupäivä 4.5.2012), jonka levikki on 61 666 (Levikkitilasto 2011). Se ilmestyy Savon alueella (Savon Sanomat asiakaspalvelu, hakupäivä 4.5.2012).

Maija Pakkala tuuraa verkko- ja mobiilituottajan paikkaa Ilkassa. Hän on työskennellyt Ilkassa vuodesta 2004 ja vakituisena uutistoimittajana hän on ollut

lehdessä kaksi vuotta. Pakkala on valmistunut 2008 Oulun seudun ammattikorkeakoulusta medianomiksi.

Ilkka on Ilkka-Yhtymä Oyj:n (Ilkka-Yhtymä 2012, hakupäivä 4.5.2012) omistama sanomalehti, jonka levikki on 52 651 (Levikkitilasto 2011). Se ilmestyy Etelä-Pohjanmaan alueella (Levikki ja lukijamäärät 2012, hakupäivä 4.5.2012).

Erkki Hujanen tuli Kalevaan vuonna 2005 uutispäälliköksi. Yhteisötuottajana hän on työskennellyt 1.2.2010 lähtien. Hän on työskennellyt toimittajana, journalistiikan tutkijana ja opettajana vuodesta 1985. Hän on koulutukseltaan filosofian maisteri (historia) FM ja tutkijatohtori FT (journalistiikka). (Hujanen 2.5.2012, sähköpostiviesti.)

Kaleva on osa Kaleva-konsernia (Kaleva Oy 2012, hakupäivä 4.5.2012) ja sen levikki on 76 847 (Levikkitilasto 2011). Kaleva ilmestyy Pohjois-Pohjanmaan alueella (Jakelu, hakupäivä 4.5.2012).

Laadin kysymykset haastateltaville lukijavuorovaikutusta arvioivista lähtökohdista. Tarkoituksena oli selvittää, missä määrin uuden journalismin työkaluja halutaan käyttää maakuntalehtien toimituksissa. Miltä tutkivaa journalismia yhdistävä joukkoäly näyttäytyy maakuntalehdissä, joiden resurssit ja joukkoistettavat voimavarat ovat valtakunnallista lehteä pienemmät? Onko vanhoihin kaavoihin jämähtäminen todellisuutta sanomalehdistössä, vai kärjistävää retoriikkaa? Entä miten maakuntalehdet ovat valmistautuneet kilpajuoksuun verkon kanssa? Nähdäänkö joukkoäly mahdollisuutena kehittää journalistista sisältöä?

6.1 Lukijavuorovaikutusta monella tasolla – Nykytilanteen kartoitus

Tutkielman viitekehyksessä on käyty läpi ihmisläheistä journalismia, kansalaisjournalismia ja osallistumisen kulttuuria. Näiden teemojen pääroolissa on ollut lukijavuorovaikutus. Haastattelujen kautta halusin tutkia maakuntalehtien näkemystä siitä, onko vuorovaikutusta yleisön ja toimitusten valossa haluttu tietoisesti lisätä.

Haastattelun pohjalta voidaan vahvistaa se selkeä asia, että internet ja verkkolehden kehitys on vääjäämättä lisännyt toimitusten ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta. Vuorovaikutus on lisääntynyt sekä tietoisesti että tiedostamatta luonnollisena osana verkkoviestinnän keinojen kehittymistä. Haastateltavani mainitsivat kaikki sosiaalisen median, jonka kautta, yleisöä pyritään tietoisesti aktivoimaan lukemaan ja kommentoimaan lehden juttuja.

Kaikkien kolmen lehden omilla verkkosivuilla on virtuaalinen lomake tai alusta, jossa lukijoita pyydetään kertomaan mielipiteitään ja kokemuksiaan. Kommentteja haetaan ajankohtaisista ja suurta lukijakuntaa koskettavista aiheista. Verkkolehdistä on myös keskustelupalstat ja juttujen perässä kommenttilaatikot. Näitä kommentteja ja lukijoiden viestejä seurataan kaikissa toimituksissa. Verkon hyvinä puolina nähdään sen matala vuorovaikutuskynnys. Lukijoiden osallistaminen on helppoa.

Kalevassa yhteistyötä on haluttu lisätä myös verkon ulkopuolella. Yhteisötuottaja Erkki Hujanen näkee oman toimenkuvansa konkreettisena esimerkkinä Kalevan halusta tiivistää lukijavuorovaikutusta. Toimenkuvaan kuuluu muun muassa järjestää yleisötapahtumia, joissa toimittajat ovat olleet läsnä. Lisäksi lehti on järjestänyt erilaisia yleisön ja toimituksen välisiä keskustelutilaisuuksia. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Savon Sanomissa toimituksen ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta on pyritty tietoisesti lisäämään erilaisten kansalaisjournalististen projektien myötä. Savon Sanomissa kansalaisten kirjoitusprojekteja on toteutettu vuosia. Osallistamisprojekti sai alkunsa muutama vuosi sitten, kun tapahtumalle Kuopio tanssii ja soi haettiin maallikkokriitikkoja. Heille annettiin liput esitykseen, joita he arvostelivat lehden blogissa. Projektia jatkettiin kesäkirjeenvaihtajilla: kaksikymmentä ihmistä eri puolilta maakunnista kirjoittivat oman kuntansa ja lähiympäristönsä tapahtumista. Sittemmin Savon Sanomien verkkosivuilla on nähty kansalaiskirjoittajia erilaisten teemojen ympärillä. Joulun tekijät ovat kirjoittaneet jouluvalmisteluista, Viherpeukalot puutarhanhoidosta ja Kiekkoviisaat yhden jääkiekkokauden verran jääkiekosta. (Murtasaari, haastattelu 23.4.2012.)

Kirjoitusprojekti on toiminut pääosin blogipohjaisena verkossa, mutta joskus tekstejä on puffattu myös printtiversiossa. Murtasaaren mukaan varsinkin kirjoittajat itse ovat olleet innoissaan projekteista. Lukijamäärät eivät kuitenkaan ole olleet päätä huimaavia. Projektista riippuen lukijakertoja jutuille on kertynyt 5000–6000 (Murtasaari, haastattelu 23.4.2012.) Kalevalla ja Ilkalla on omat blogisivustonsa, mutta ne eivät toimi projektinomaisesti, jonkin teeman ympärillä. Blogien pitäjät ovat yleensä jonkin poliittisen ryhmän, edunvalvontajärjestön tai yhdistyksen asialla (Blogit-Etusivu, hakupäivä 4.5.2012; Pohjoisen ääni, hakupäivä 4.5.2012).

Missä määrin yleisöä voisi hyödyntää?

Joukkoälyssä on kyse työnteon uudelleenorganisoinnista, jossa lukijalle ulkoistetaan joku osa toimituksellisesta prosessista (Hintikka 2012, 25–26; Vehkoo 2011, 60). Toimitukset käyttävät lukijoiden tuottamaa materiaalia eritavoin. Halusin selvittää, millaista tietoa lukijoilta haetaan ja miten paljon yleisöä käytetään osana toimituksellista prosessia. Lukijatiedon laatua ja käyttömahdollisuuksien laajuutta kartoitin haastateltavilta numeroasteikon avulla. Pyysin tuottajia arviomaan lukijaosallistumisen tärkeyttä eri jutuntekoprosessin vaiheissa viidestä yhteen, joista 5 on erittäin tärkeä, 4 jokseenkin tärkeä, 3 siltä väliltä, 2 ei kovinkaan tärkeä, 1 ei lainkaan tärkeä.

Vastauksissa oli paljon hajontaa, mutta kukaan ei arvioinut tärkeyttä kolmesta alhaisemmalla luvulla. Savon Sanomien Murtasaari, vastasi kaikkiin kohtiin 3 ”siltä väliltä”. Teemahaastattelun hengessä lukuja enemmän kiinnostavat tuottajien perustelut valinnoilleen.

Lukijan osallistuminen lehden suunnitteluun ja niin sanotusti lehden isojen linjojen määrittelyyn, nähtiin jokseenkin tärkeänä. Ilkan Pakkala arvioi tärkeyden asteikolla neloseksi.

Tietenkään koko päätäntävaltaa, mitä lehti sisältää, ei passaa lukijalle antaa, mutta aina meillä on kysytty, esimerkiksi lukijatutkimukset

ovat perusesimerkkejä siitä. Lukijallehan sitä lehteä tehdään. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Lukijatutkimuksia teetetään ahkerasti myös Kalevassa, ja Hujanen pitää niitä tärkeinä. Hän sanoo kuitenkin samaa kuin Pakkala: lukijan ääni ei ole ihan joka asiassa tärkeä lehden suunnitteluvaiheessa. Savon Sanomien Murtasaari näkee lukijan ja toimittajan yhteistyön lehden sisällön suunnitteluvaiheessa vähemmän tärkeänä.

Ennemminkin suosisin sellaisia projekteja, että lukijoille annetaan mahdollisuus toteuttaa jotain omaa (Murtasaari, haastattelu 23.4.2012).

Yksittäisessä jutuntekoprosessissa Hujasen mielestä alkuvaiheen lukijavuorovaikutus on erittäin tärkeää. Sekä Hujanen että Pakkala korostavat lukijan roolia juttuvinkkien antajana. Pakkala ja Murtasaari mainitsevat yksittäisen lukijan roolin kasvavan erityisesti silloin, jos tältä tulee tietoa ja kuvia esimerkiksi katastrofialueelta. Ilkan Pakkalan mukaan mikroblogiyhteisö Twitterillä voisi olla tällaisissa tilanteissa nykyistä suurempi rooli.

Jutunteon keskivaiheella lukijan osallistumista ei nähty niin tärkeänä kuin alkuvaiheessa. Pakkalan ja Murtavaaran arvioinnit osuivat kolmoseen, Kalevan Hujanen piti läpivalaisua sen sijaan mielenkiintoisena lukijavuorovaikutusta lisäävänä ilmiönä. Kalevassa oli esimerkiksi viisi vuotta sitten toimittaja, joka keskustelu reaaliaikaisesti lukijoiden kanssa. Kokeilusta kuitenkin luovuttiin. Nykyisin Kalevalla on silloin tällöin tapana kertoa lukijoille verkossa, mitä juttua toimittaja on tekemässä ja millaisia kysymyksiä lukijat haluaisivat, että asiantuntijoilta kysytään.

Pakkalan mukaan osallistamista voisi kokeilla keskustelua herättävissä ja kiistanalaisissa asioissa. Toisaalta hän taas torjuu sen ääriajatuksen, että lukijan tarvitsisi tietää kaikkien juttujen taustoja. Savon Sanomissa lukijoita ei ole tietoisesti osallistettu jutuntekoprosessin eri vaiheisiin, mutta Murtasaaren mukaan sitä olisi mielenkiintoista kokeilla.

Yleisön osallistamista jutunteon loppuvaiheessa lähestyttiin kahdelta kantilta. Hujanen korosti sitä, ettei palaute saa vaikuttaa itse prosessin viimeistelyyn.

Palaute on tärkeää, mutta näkisin että toimittajan rooli on viimekädessä viimeistellä ja tehdä juttu journalistisin perustein - - Liiallinen lukijan kuuntelu ei välttämättä ole hyvästä. Lukijoilla ei viime kädessä ole eikä heillä tarvitsekaan olla näkemystä siitä, että miten se [juttu] lopulta pitää tehdä. Se on ammattilaisen tehtävä. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Pakkalan mielestä olisi jokseenkin tärkeää, että toimittajat kiinnittäisivät enemmän huomiota siihen, mitä jutulle tapahtuu, kun se alkaa elää verkossa:

Juttu yleensä julkaistaan lehdessä, mutta keskustelu jatkuu erillisenä jutusta yleisön osastolla. Jutut kiertää Facebookissa ja sosiaalisessa mediassa. Toimittajan kannattaisi ehkä kiinnittää niihin huomiota. Sieltä saattaa tulla tosi hyviä jatkojutun aiheita tai näkökulmia. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Pakkalan mukaan toimittaja voisi osallistua tähän keskusteluun toimittajan ominaisuudessa. Myös Savon Sanomissa tällainen keskusteleavuus olisi ihan tervetullutta, mutta aika ja resurssit eivät riitä vuorovaikutuksen lisäämiseen vielä tavallisen juttuprosessin lisäksi.

6.2 Sisällöntuottaja vai tietolähde? Millaista tietoa lukijalta halutaan?

Joukkoälyn käytössä täytyy miettiä tarkkaan, millaista tietoa lukijoilta ylipäätään voisi saada (Pietiläinen, haastattelu 8.3.2012). Kansalaisjournalismi ja sisällöntuotanto puolestaan ovat olleet käytännössä synonyymejä. Sisällöntuottajana kansalainen on eriytettyinä journalistisesta prosessista. (Virranta 2011, 4-5.) Joukkoälyä käytettäessä yleisön on mahdollista osallistua prosessiin sen tiedonhankintavaiheessa. Tietoperustan ja joukkoälyprosessin haastatteluaineiston (Salminen, 29.2.2012 haastattelu; Pietiläinen, haastattelu 8.3.2012) perusteella yleisöltä haettiin tutkivan journalismin hengessä valtakunnallisia asioita koskevia uutisia. Valtakunnallisen lehden lukijaprofiili on erilainen kuin maakun-

talehdellä. Suureen mittakaavaan perustuva joukkoäly toimii periaatteessa paremmin mahdollisimman suurella lukijamäärällä. Halusin selvittää, millaista aineistoa maakuntalehdistö hakee yleisöltä. Sulkevatko tutkiva journalismi ja paikallisuus toisensa pois?

Kalevassa paikallisuudesta ei tingitä, muttei paikallisuus itsessään sulje pois tutkivaa journalismia. Maakuntalehdillä on vain vähemmän niitä lukijoita, jotka potentiaalisesti haluaisivat osallistua tutkivan journalismin tekemiseen.

Kyllä se tosiasia on että maakuntalehti on enemmän paikallinen. Jos ajatellaan jotain Hesaria, niin siellä siivilöityy tällaisissa tapauksissa [joukkoälykokeiluissa] ihmisiä, joilla on kyky ja valmius ja halu osallistua tällaiseen tutkivan journalismin projekteihin. Mutta sitä ei pitäisi ennakkoluuloisesti ottaa, että miksei joku Kaleva tai muu pienempikin maakuntalehti voisi tehdä tutkivaa journalismia, jossa lukijoilta haetaan tietoa. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Haastatteluaineiston lukijavuorovaikutusta kartoittaessa kävi osittain ilmi, että lukijoilta haetaan uutisoitavista asioista kokemuksia ja mielipiteitä. Laura Ahvan (2010, 230–232) kansalaisjournalismia käsittelevässä tutkimuksessa todettiin, että kansalaisjournalistisesta näkökulmasta tehdyt jutut nähtiin toimituksissa ”pehmeinä”, matalan kynnyksen uutisina.

Murtasaari kyseenalaistaa näkemyksen. Hän ei näe syytä siihen, miksei tunteesta tai mielipiteestäkin voisi syntyä myös niin sanotusti kovaa uutista: Myös Pakkalan mielestä lukijoiden kokemuksiin perustuva tieto on arvokasta ja sitä voi hakea myös vakavista uutisaiheista. Vaikka tiedonkeruu ulkoistettaisiin lukijoille, esimerkiksi joukkoälyllä, silloinkin haettava tieto olisi kokemuksellista.

Uskoisin, että enemmän meillä ajatellaan, [joukkoälyä] että voisi käyttää kokemuksen kautta. Pyydetään kokemuksia tai sitten valjastetaan joku tietty ryhmä hakemaan kokemuksia esimerkiksi julkisesta terveydenhuollosta. Kyllähän tieto tulee kokemuksen myötä. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Jos lukijoiden, kokemuksista, mielipiteistä ja uutisvinkeistä voi syntyä kovia uutisia tai tutkivaa journalismia, miksei niitä sitten systemaattisesti haeta yleisöltä? Osittain siksi, että toimituksellinen tiedonhankinta koetaan kuuluvan niin tiukasti journalismin työnkuvaan.

Se [tiedonhankinta] mielletään journalismin perustyöksi. Journalisti on nyt vähän uhanalaisessa roolissa. Niin täytyy säilyttää sitä. Journalisti on se, joka tarkistaa faktat. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Toisaalta kyse on myös siitä, ettei toimituksissa tiedetä, miten ihmisten arkikokemuksia voisi hyödyntää tutkivan journalismin aineistona. Journalistien on ehkä hankala kuvitella, millaista tietoa lukijoilta edes voisi saada. Hujanen määrittelee, että kysymyksen voi asettaa sellaiselle yleisölle, joka on kokemuksensa tai tietämyksensä perusteella ammattilainen.

Se [joukkoistaminen] on sellainen juttu tiedonhankinnassa, jota ei ole vielä tehty maakuntalehdissä. Se on sellainen juttu, joka on varmasti tulossa ja siitä kaivataan esimerkkejä. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Esimerkkien puute onkin yksi haastateltavien antamista perusteluista siihen, miksei joukkoälyä ole vielä käytetty toimituksessa. Seuraavaksi käsittelen maakuntalehtien tahtotilaa ja resursseja kokeilla joukkoistamista.

6.3 Varovainen maakuntalehti – Millainen joukkoälyn rooli voisi olla?

Seuraavaksi pohjustan sitä, millainen rooli joukkoistamisella voisi olla maakuntalehdissä. Käsittelen niitä aktiivisia ja passiivisia esteitä, joihin uusi toimitusmetodi törmää toimituksessa. Toisin sanoen kartoitan maakuntalehtien henkisiä ja fyysisiä resursseja toteuttaa joukkoälyprojekteja.

Maakuntalehtien täytyy sovittaa joukkoäly lukijaprofiilinsa mukaan (Pietiläinen, haastattelu 8.3.2012). Kysyin haastateltavilta, minkä tyyppinen joukkoälyprojekti sopisi heidän lehdelleen. Kuvailin haastattelun yhteydessä erityyppisiä joukkois-

tamismetodeja ja käytin esimerkkinä myös tässä tutkielmassa esiteltyjä projekteja, Totuuspuntaria ja arvopaperitutkimusta.

Savon Sanomien Murtasaari uskoo, että Totuuspuntarin kaltainen faktantarkistus voisi sopia lehdelle parhaiten. Ilkan Pakkalan mukaan joukkoälyä voitaisiin hyödyntää lehdessään erilaisten tapahtumien ja tilanteiden reaaliaikaiseen raportointiin. Hujasen mielestä Kalevan lukijoilla voisi ehdottomasti olla edellä mainittujen lisäksi aktiivinen rooli tiedonhankkijana myös tutkivissa jutuissa.

Murtasaari ei myöskään tyrmännyt yhtään vaihtoehtoa mahdottomana. Joukkoälyä voitaisiin käyttää kokeellisesti erilaisiin projekteihin. Kukaan tuottajista ei näe joukkoistamisen käytössä aktiivisia esteitä, mutta epätietoisuus, riskit ja piilevät asenteet voivat olla joukkoistamiskokeilujen tiellä. Käsittelen seuraavaksi näitä kohtia yksitellen.

Toimittajan tahtotilalla on ratkaisevassa osassa

Toimittajan rooli joukkoistamisessa nähdään suurena. Toimittajan innostuksesta riippuu, miten uusia metodeja edes halutaan kokeilla. Pakkalan mukaan joukkoistamista voisi periaatteessa kokeilla Ilkassa, mutta hän epäilee toimitushenkilökunnan halukkuutta käyttää joukkoälyä.

Monesti mielletään nörttihuuhaaksi, että jos netissä tehdään jotain juttua tai nettiä käytetään jutun tekemiseen. Ei nyt yhtäkkiä tule mieleen ketään, joka lähtisi mukaan ilman pientä ylipuhumista. Ehkä sitten voisi herätä se ajatus [kokeilla joukkoälyä], mutta varmaan aika varovaisesti lähdetäisiin mukaan. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Journalistisen prosessin uudelleenorganisoinnissa esteenä voivat olla myös toimittajan oma ammatilliset uskomukset. Esiin nousi jälleen tiedonhankinnan mieltäminen toimittajan ammattiin kuuluvaksi osaksi, jota ei voi ulkoistaa.

Uskon, että se on enemmänkin kyse myös siitä toimittajan ajatusmaailmasta, että hän ei olisi se yksipuolisesti tietoa antava ja

tietoa etsivä, vaan siihen otetaan mukaan myös se, joka yleensä ottaa vastaan sitä tietoa. Se on ehkä vähän semmoinen tunneluko. - - Ajatusmaailma pitää olla sopivan avoin ja kokeilunhaluinen että tämmöiseen uskaltaa lähteä. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Esimiesten mukaan toimittajien suhtautuminen uusiin toimitusmetodeihin on yksilöllistä ja yksittäinen toimittajakin voi omalla aktiivisuudellaan laittaa joukkoistamisprojektin käyntiin. Toisaalta esimiehet korostavat toimituksellista yhteistyötä ja ideointia joukkoistamisen lähtökohdaksi, mutta he nostavat myös yksittäisen toimittajan roolin tärkeään asemaan.

6.4 Toimitusprosessin näkökulmasta riskinotto ei houkuta

Joukkoistaminen vaatii toimituksellisen työskentelyn lyhytaikaista uudelleen organisointia, ja se koskettaa sekä printtiä että verkkoa. Joukkoistaminen on projektiluontoinen prosessi, joka tehdään yhteistyössä esimerkiksi visualistien ja koodareiden kanssa.

Vaikka toimituksen fyysiset puitteet olisivat kunnossa, saattavat toimituksen rutiinointuneet käytännöt torpedoida uusien metodien kokeilun. Ajan myötä muokautuneet rutiinit nojaavat perinteisiin metodeihin myös tiedonhankintamien suhteen.

Aktiivisten esteiden puuttumisesta huolimatta joukkoistaminen ei ole haastattelutkimuksen perusteella ensimmäisenä toimitusten kokeilulistalla. Mitkä ovat niitä hidasteita, jotka estävät toimituksia tarttumasta tuumasta toimeen toimituksellisen projektin kautta? Ensimmäinen toimitusprosessiin liittyvä este on se, ettei toimituksissa tiedetä, mikä joukkoäly on ja miten sitä voisi käyttää. Kartoitin haastattelussa sitä, kuinka hyvin joukkoäly toimituksissa tunnetaan.

Sekä Kalevassa, että Savon Sanomissa joukkoäly oli tuttu käsite erilaisista journalistisista koulutustilaisuuksista. Molemmissa toimituksissa koulutustilaisuuksien annista on puhuttu yhdessä joko muun toimituksen tai verkkotoimituksen kesken. Keskustelua ja tietoa on, mutta siitä huolimatta, toimituksissa ei ole toistaiseksi tartuttu joukkoälyyn.

Kalevassa hankaluutena nähdään käytännön esimerkkien puuttuminen.

Se on ehkä se epämääräisyys, ettei tiedetä, että miten sitä käytetään. Sitä on vaikea hallita. Ei ole välttämättä tietoa, eikä kokemusta, että miten sitä [joukkoälyä] sitten käytettäisiin konkreettisesti. Uskoisin, että siinä tehdään ensin jotain kokeiluja ja testejä. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Kokeilemisessa vastaan tulevat usein toimituksen rajalliset resurssit sekä ajan että henkilöstön riittävyyden suhteen. Pakkala arvioi, että resurssien puute yhdistettynä projektiin, jonka lopputuloksesta ei ole takuita, ei houkuttele Ilkassa kokeilemaan uutta.

Ei haluta kiinnittää tällaiseen monelle äkkiseltään aika oudolle kuulostavaan juttuun montaa ihmistä, joka sitä tekisi ja hoitaisi. Se on siinä se suurin syy, minkä takia sitä ei olla ehkä otettu käyttöön [joukkoälyä]. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Esimerkkien puutteen lisäksi myös yleisön rooli nähtiin arvaamattomana riskitekkijänä. Lukijoiden vaikea hallittavuus nähdään hankaloittavana tekijänä kaikissa kansalaisjournalistisissa projekteissa (Ahva 2010, 231.) Joukkojen käytössä piilevät omat riskinsä: yleisö ei osallistu lainkaan, vastaukset ovat tyhjänpäiväisiä (eivät tuo lisäarvoa) tai jopa vääriä (Salminen; Pietiläinen 2012 ks. luku 5.)

Savon Sanomien Murtasaari suhtautuu hieman skeptisesti lukijoiden osallistumiseen ja tätä näkemystä tukee käytännön kokemus. Esimerkiksi Facebookissa yleisön vastakaiku on ailahtelevaa. Hujasen mielestä yleisölle täytyisi löytyä joku selkeä motivaatio osallistua. Lisäksi osallistumisen kynnyks täytyy tehdä mahdollisimman matalaksi. Osallistumisen täytyisi olla yksinkertaista ja kysymysten tai tehtävien tulisi olla sopivan helppoja.

6.5 Uusi journalismi. Uusi toimittaja?

Joukkoälyprojektia ei voi kokeilla ilman kirjoittavan toimittajan yhteistyötä ja hakkuutta osallistua projektiin. Kysyin esimiehiltä, millainen suhde heidän toimittajillaan on ylipäätään uusiin toimituksellisiin työkaluihin, verkkomaailmaan ja sosiaaliseen mediaan. Halusin myös kuulla, millaisia taitoja tulevaisuuden toimittajalta haetaan.

Kalevassa kartoitettiin pari vuotta sitten toimitushenkilöstön sosiaalisen median käyttöä. Noin puolet henkilöstöstä käytti sosiaalista mediaa silloin tällöin ja pieni osa, 10–15 prosenttia, käytti sitä erittäin aktiivisesti. Hujanen arvioi, että aktiivisten ryhmä on tänä päivänä merkittävästi suurempi. Hujanen sanoo, että sosiaalisesta mediasta löytyy helposti uutisvinkkejä ja niiden hyödyntäminen toimitustyössä lisääntyy huomaamatta. Toimittajia voisi kannustaa vielä enemmän tutustumaan sosiaaliseen mediaan.

Myös Ilkassa varsinkin yhteisöpalvelu Facebookin käyttö on yleistynyt toimittajien keskuudessa, mutta Pakkalan mukaan sitä voisi käyttää vielä ahkerammin. Sosiaalisen median käyttöä rajoittaa epävarmuus siitä, ketä tai mitä tahoa toimittaja edustaa verkossa. Yhtymässä jaettiin toimittajille sosiaalisen median ohjeet, mutta Pakkalan mielestä ne saattavat olla vain haitaksi. Ohjeet saattavat hämmentää toimittajia ja kasvattaa entisestään kynnystä edes tutustua sosiaalisen median työkaluihin.

Koko sosiaalisen median käsite on meille monelle aika outo. Ei osata tarttua siihen, että jos ei ole aikaisemmin tutustunut siihen [sosiaaliseen mediaan] ja sitten tulee ohjeet, mitkä sanoo, että ”olkaa siellä näin”, niin sitten se taas vaikeuttaa siihen tarttumista ja siihen tutustumista. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Savon Sanomissa toimittajia kannustetaan käyttämään sosiaalista mediaa, muttei mitenkään aktiivisesti. Asia nousee yhteiseen keskusteluun aina aika ajoin toimituspalavereissa.

Teknologian kehittymisestä huolimatta tulevaisuuden toimittaja tekee töitään pitkälti samoista lähtökohdista kuin tänä päivänäkin.

Kaikkien toimittajien ei tarvitse tietää kaikkia datasovellusta tai haku-koneoptimointia, vaan se sisällöntuotanto on siinä keskiössä. Sitten on joitakin, jotka hankaa nämä sovellukset, ja kun siihen ympäri näitä kunnan kirjoittavia toimijoita, niin siitä syntyy se hyvä kombinaatio. (Murtasaari, haastattelu 23.4.2012.)

Murtasaari sanoo, että toimittajan täytyy osata ennen muuta kirjoittaa puoleen-savetäviä tarinoita ja hoksata ympäristöstään uutisoitavia asioita. Pakkala puolestaan arvioi, että verkon rooli toimitustyössä kasvaa.

Uskon, että totta kai netti tulee olemaan suuressa roolissa, että toimittaja osaa etsiä oikeat asiat - - ettei vain seuraa Facebookin uutis-virtaa, vaan osaa ehkä tehdä siellä jotain muutakin. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Avoimen ja oppimishaluinen asenne työntekoon on Pakkalan mukaan hyväksi. Tulevaisuuden toimittaja on peloton ja kokeilunhaluinen yksilö.

6.6 Sanomalehti suuntaa erilleen verkosta

Toimituksellisen työprosessin ja työn organisoinnin kehityksen näkökulmasta halusin selvittää, miten maakuntalehdissä on ajateltu verkon ja printin suhdetta. Pitkin haastattelua pyrin kiinnittämään huomiota myös siihen, missä lukijan paikka on, verkkolehdestä vai paperilehdestä. Nähdäänkö joukkoäly vain verkkomaailmaan istuvana työkaluna?

Kaikissa kolmessa lehdessä verkkolehden ja printtilehden versiota on pyritty viemään enemmän tai vähemmän erilleen toisistaan. Kalevassa eriytyminen on edennyt lehden organisaatiosuunnitelmiin asti.

Kalevassa on strateginen ratkaisu verkkotoimituksen organisaatiomallissa, että sitä eriytetään entistä tarkemmin paperilehdestä siten, että verkko toimii enemmän omalla uutisagendalla, omilla ideoilla ja omilla aiheilla omilla sähköillä. Paperilehti hyödyntää omia vahvuuk-

siaan, eli sinne säilytetään paljon omia uutisia, yritetään taustoittaa ja syventää asioita. Läheskään kaikkia asioita ei tule nettiin. Netti pyörii semmoisena reaaliaikaisena uutiskoneena ja paperi taustoittaa. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Savon Sanomissa eriytyminen näkyy selviten urheilu-uutisissa, joiden kohdalla verkkoon menee nopea ajantasainen uutisaines ja paperilehteen tulee taustoitavampi juttu. Ilkassa eriyttämisestä on keskusteltu. Paperilehti halutaan pitää itsenäisenä uutisvälineenä, joka sisältää uutisia, joita ei ole verkkoversiossa. Verkossa puolestaan uutista voidaan tukea esimerkiksi liikkuvalla kuvalla.

Eriyttämisen taustalla on toisaalta käytännöllisyys ja toisaalta se, että lehdet yrittävät olla tarkkoja siitä, etteivät ne syö omien sisältöjensä arvoa ja julkaise juttujaan ilmaiseksi. Koska levikeistä ollaan tarkkoja, paperilehti ei varmasti ole ensisijainen kohde riskialttiille kokeiluille. Verkko on myös kokeiluissaan paljon joustavampi ja luonnollisempi. Verkko on lehdille riskittömämpi paikka kokeilla uusia toimitusmetodeja ja olla yhteydessä lukijoihin.

Kaikkiin kolmeen paperilehteen nostetaan verkosta kommentteja uutisjutun tueksi tai mielipidesivuille. Lehtiin nostetaan myös lukijakuvia. Lisäksi lukijat näkyvät perinteisissä katugallupeissa ja mielipidesivuilla. Hujasen mukaan paperilehti ei ole yhtä tottunut lukijavuorovaikutukseen kuin verkkolehti.

Tiedonhankintamenetelmissä on toisaalta iso kysymys taustalla, että mikä on paperilehden rooli ja mikä verkkolehden rooli on. Paperilehdessä ei olla niin totuttu [harjoittamaan] sitä vuorovaikutusta yleisön kanssa. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Paperilehti ei ole välttämättä organisaation tasolla tottunut siihen, että tietoa haetaan verkosta ja yleisöltä. Siksi joukkoistamista ei välttämättä mielletä paperilehden juttumateriaaliksi, vaikka Hujasen mielestä se sopisi erittäin hyvin myös paperilehteen.

6.7 Tutkivalle journalismille ei löydy resursseja

Tässä tutkielmassa on käsitelty paljon journalismin tulevaisuutta ja sen kilpajuoksua verkkosisältöjen kanssa. Tutkielmassa esitellyt joukkoälyprojektit ovat kaikki olleet tutkivaa journalismia, jossa on etsitty valtakunnallisia skuppeja tietämättä ennalta, mitä lopulta paljastuu. Kysyin tuottajilta, millaiset resurssit toimituksilla on tehdä tutkivaa journalismia maakuntalehdissä? Vastaukset olivat yksiselitteisiä: niitä ei juurikaan ole.

Tosi pienet. Ei käytännössä yhtään [resursseja]. Tahti on niin tiivis ja jengiä tosi vähän. Seuraavan päivän lehti pitää tehdä ja viikonlopulla tehdään seuraavan viikon lehteä. Siihen on mielestäni aika vähän aikaa. (Pakkala, haastattelu 18.4.2012.)

Savon Sanomissa resursseja tutkivaan journalismiin löytyy silloin, jos toimittajalla on varma vinkki. Niukat resurssit eivät houkuttele ottamaan riskejä, joita tutkivaan journalismiin liittyy. Jos tutkimukseen uhrataan aikaa, eikä mitään paljastukaan, se saatetaan katsoa turhaksi työksi. Resurssipula tutkivan journalismin suhteen on johtanut kriittiseen tilanteeseen maakuntalehdissä.

Se on ongelma tänä päivänä suomalaisissa maakuntalehdissä. Vaikuttaa siltä, että sanomalehdistä ainoastaan Helsingin Sanomat pystyy tekemään tutkivaa journalismia. Se on tosi hälyttävä tilanne. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Mediatalojen talouskuuri on johtanut tilanteeseen, jossa lehteä tehdään entistä nopeammin vähemmällä porukalla. Hujasen mukaan myös sanomalehdistön sisältöä on kehitetty suuntaan, joka ei tue taustoittavaa journalismia. Hujanen viittaa tutkielman viitekehyksessäkin esiteltyyn ihmisläheisen journalismin syntyyn 1990-luvulla, jolloin sisältö haluttiin tuoda lähemmäs lukijaa.

Jostain syystä syntyi sellainen ajatusmalli, että tehdään pinnallisemmin. Siinä pahin vaihe on jo ehkä ohitettu, mutta yritettiin matkia ehkä iltapäivälehtiä aihevalinnoissa. Lukijan kuuntelussa - - on se riski, että ruvetaan tekemään [uutisia] vähän liian arkisista ja itsestään selvistä aiheista. Sellaisia, etteivät ne anna lukijoille mitään tietoa. Ne ovat liian kevyitä aiheita sanomalehtiin. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

Hujanen ei kuitenkaan näe ristiriitaa yleisön hyödyntämisessä tutkivan journalismin projekteissa. Päinvastoin joukkoistamisella voisi ulkoistaa osan toimituksen tiedonhankinnasta kustannustehokkaasti.

Hujanen näkee laatujournalismin ja tutkivan journalismin sanomalehden kilpavalttina. Lehdistä tulisi karsia kaikki turha ja jättää lyhyet uutiset verkkoon. Paperilehdessä pitäisi panostaa uutisten taustoittavaan analysointiin ja tutkivaan journalismiin (myös esim. Vehkoo 2011; Aitamurto 2010.)

Maakuntalehdillä olisi paikallislehtien rooli. Ne tekisivät ensisijaisesti paikallisista asioista tutkivaa journalismia. Tutkivaan journalismiin kuuluu se, että paljastetaan epäkohtia ja ongelmia. Se olisi olennainen tehtävä journalismille. Sillä se [sanomalehti] voi erottua valtavan informaatiotulvasta ja viihteestä. Sillä tavalla kiinnostavuus säilyy, että jos kerrankin viikossa on joku tutkiva juttu, että Kaleva selvitti tämän. (Hujanen, haastattelu 13.4.2012.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Joukkoistaminen nähdään periaatteessa kokeilun arvoisena maakuntalehdissä, mutta yksikään kolmesta maakuntalehdestä ei ollut kokeillut tietoisesti joukkoälyä siinä muodossa kuin se tässä tutkielmassa esitellään. Valtakunnallisissa lehdissä Helsingin Sanomissa ja Suomen Kuvalehdessä joukkoistaminen nähdään osana tutkivan journalismin tulevaisuutta.

Tutkielman tulokseksi muodostuvat maakuntalehtien perustelut siitä, miksei joukkoälyä ole vielä käytetty ja miltä sen tulevaisuus toimituksellisena työmetodina vaikuttaa. Tuloksissa käyn läpi myös joukkoistamisprosessin vaatimuksia, sillä yksi tutkielman kysymyksistä oli selvittää, miten joukkoistaminen toteutetaan käytännössä. Johtopäätösluvun loppuosassa on toimitusten käyttöön tarkoitettu selväsanainen kymmenen kohdan ohje joukkoälyn käytöstä toimituksellisessa projektissa.

Mitä joukkoistamisprosessi vaatii?

Jotta voi käyttää tietoisesti joukkoistamista toimituksellisena työmetodina, täytyy ensin tietää, mitä se ylipäätään on. Kun etsin haastateltavia tutkielmaan, sain sen vaikutelman, että tutkimusaiheeni on hieman outo ja vieras toimituksen esimiesten keskuudessa. Jokaisen haastattelun yhteydessä selvitin haastateltaville esimerkkien avulla, mitä on joukkoäly. Osalle haastateltavista se vaikutti olevan tutumpi kuin toisille.

Ei joukkoäly aivan uusi asia kuitenkaan ollut kenellekään haastateltavista. Maakuntalehdissä oli käyty keskustelua ja koulutustakin avoimen datan sovelluksista ja joukkoälystä. Täysin toinen asia on, miten konsulttavierailut näkyvät toimituksen käytännöissä. Tutkimuksen perusteella eivät juurikaan, mutta ainakin vuorovaikutusta toimituksen ja yleisön välillä oli pyritty tietoisesti kehittämään.

Ensimmäinen peruste joukkoälyn käyttämättömyydelle oli maakuntalehtien esimiesten haastatteluista se, ettei sille löydy kunnollista käytännön esimerkkiä eli

ei siis tiedetä, miten joukkoälyä voitaisiin käyttää. Joukkoistamista kokeilleet lehdet Helsingin Sanomat ja Suomen Kuvalehti, ovat nekin lähteneet liikkeelle melko lailla tyhjästä. He ovat ottaneet tietoisesti riskin joukkoälyä kokeillessaan. Helsingin Sanomat joutui jopa vastaamaan pioneeriasemansa seurauksista tietosuojavaltuutetulle. Kertaan seuraavaksi joukkoälyn käyttöä toimituksellisen prosessina.

Joukkoäly toimitusmetodin prosessi, jolla on alku ja loppu, aivan kuten juttuntekoproessillakin yleensä. Se on aktiivinen toimitusprosessi määrätyn aikaa, mutta se voi jatkaa eloaan passiivisena verkossa. Esimerkiksi data-aineistot voivat olla saatavilla vielä pitkiä aikoja aktiivisen juttuprosessin jälkeenkin (esim. arvopaperitutkimus ja Guardianin kuittisavotta).

Jutun alku lanseerataan yleensä näyttävästi, että lukijat saadaan mukaan prosessiin. Yleisö on tärkeä jutunteon alkuvaiheessa ja sinänsä joukkoäly muistuttaa paljon juttuvinkkien keräämistä. Joukkoälyä voi hyödyntää erilaisiin tarkoituksiin, mutta niin sanotusti perinteisestä toimitusprosessista pisimmälle jalostuneimmassa muodossaan lukija on avustava tietolähde. Hän voi auttaa käymään läpi suuria data-aineistoja ja etsimään haettavia tietoja tehtävänannon mukaan. Arvopaperitutkimuksessa tehtävänanto vaatii lukijoilta jotain ymmärrystä siitä, mitkä ovat arvopaperikaupan säännöt ja mitkä tekijät aineistossa kielivät rikkomuksista. Yleisölle annettiin valmiit vastausvaihtoehdot ja yksinkertaiset ohjeet siitä, millaisia merkintöjä datasta etsitään.

Tiedonhakuavotat ei välttämättä tarvitse vaatia yleisöltä mitään erityisosaa. Tehtävä voi olla hyvin pieni ja yksinkertainen, mutta merkityksellinen kokonaisuuden kannalta. Yksinkertaisin datasovelluksin ja verkkolomakkein toteutettuna lukijan ei tarvitse välttämättä edes osallistua kirjallisesti mitenkään. Hän voi esimerkiksi vain käydä läpi aineistomassaa ja ilmiäntä epäilyttäviä kohtia (esim. Guardianin kuittisavotta.)

Faktantarkistukseen perustuvalla joukkoälyprosessilla nähtiin eniten potentiaalia maakuntalehdissä. Harppaus totuusmittareihin nähtiin sopivat pienenä, sillä ne ovat lähimpänä vanhaa ja perinteistä uutisvinkkiä. Faktantarkistukseen perustu-

vissa totuusmittareissa selvitettäviä väitteitä käydään läpi systemaattisesti ja tulokset on esitetty yksinkertaisessa kysymys-vastaus-muodossa. Totuuspunta-ri vastaa suoraan lukijalle ja pyrkii paljastamaan väitteiden todenperäisyyden tutkivan journalismin hengessä.

Toimituksellisena prosessina joukkoälyn käyttö on projekti, joka vaatii ympärilleen tiimin. Tutkielman viitekehyksessä mainittiin tiimityöskentely yhtenä mahdollisena tulevaisuuden suunta toimituksellisten työorganisaatioiden kehityksessä. Joukkoälyprojekteissa mukana on kirjoittava toimittaja, graafikko ja verkko-puolen asiantuntija. Sen lisäksi varsinkin suurten datamassojen käsittely joukkoistettavaan muotoon vaatii yleensä apua muulta toimitushenkilökunnalta.

Toisaalta, kun materiaali saadaan verkkoon, sen läpikäyminen suurella määrällä ihmisiä säästää aikaa ja henkilöstöä aineiston käsittelyvaiheessa. Tämä kävi ilmi konkreettisesti Guardianin kuittisavotassa, jossa työ ulkoistettiin lukijoille. Sovelluksen kehittäjä laittoi materiaalin verkkoon serverivuokran kustannuksilla, kun kilpailevassa lehdessä 25 toimittajaa tutki kuitteja kuukausia.

Joukkoälyn käyttö vaatii tietyssä määrin toimitukselta avoimuuden kulttuuria. Jotta juttua voisi kehittää yleisön kanssa yhdessä, se pakottaa toimitukset julkaisemaan juttujaan tai juttuaiheitaan juttuprosessin ollessa kesken. Toimituksen työkuulttuurin ja toimituksellisten prosessien läpivalaisu on toistaiseksi vielä harvinaista. Läpivalaisu tarkoittaa käytännössä sitä, että toimittajat julkaisevat niitä valintoja ja rajauksia, joita ovat juttuprosessissaan tehneet, jotta lukija voisi arvottaa jutun uskottavuutta ja objektiivisuutta. Läpivalaisu liittyy toimitukselliseen avoimuuden kulttuuriin, joka kannustaa toimittajia avautumaan lukijoille esimerkiksi sosiaalisessa mediassa (esim. The Guardian).

Jotta joukkoäly ja muut uudet toimitukselliset työmenetelmät istuisivat luontevammin toimituksiin, vaatisi se muutosta toimituskulttuurissa. Näin iso muutos ei tietenkään tapahdu tilauksesta. Sanomalehdistön työprosessit ovat varsin rutinoituneita ja työympäristö on toimituksesta riippuen enemmän tai vähemmän hierarkkinen ja jähmeäkin organisaatio. Kaiken kukkuraksi uhanalaiseksi itsensä

tunteva ammattikunta suojelee mustasukkaisesti kaikkia toimituksellisia osamisalueitaan, myös tiedonhankintaa.

Verkon uutistulva laskee paperilehtien uutisten arvoa. Levikkien jatkuva laskusuhdanne ja kilpajuoksu verkkosisältöjen kanssa näkyvät valitettavan usein toimituksissa henkilöstön vähentämistarpeena. Tiukka talouskuuri ei anna sijaa kokeilullisille innovaatioille. Kun lehtitaloissa pohditaan kuumeisesti, miten lukijat saadaan maksamaan journalismista, tulisi perinteisen journalismin ajatella uudestaan asemaansa uutiskentässä. Vaikka journalismi onkin demokratian kulmakivi, kaupallisena se toimii markkinatalouden siunauksella. Silloin se ei myöskään ole toimialana riippumaton tietoverkkojen kehityksestä johtuvasta tuotantomallien ja kulutustottumusten muutoksesta. Uuden journalismin nimeen vannovat julistavat, että ennen kuin Yhdysvaltojen lehtikatastrofikierre toistuu Suomessa, tulisi resursseja irrottaa lehtien sisältö- ja toimitusprosessien kehittämistyöhön: journalismin on taas tehtävä itsestään tarpeellista lukijoille.

Tutkielmassani hain vastauksia uuden journalismin lähtökohdista. Kysyin maakuntalehdiltä, kuinka tarpeellisena kehitystyö nähdään toimituksissa. Positiivista oli se, ettei tutkimusaineiston toimituksissa ainakaan aktiivisesti yritetä estää uusien toimitusmetodien käyttöönottoa. Toisaalta niitä ei myöskään kovin aktiivisesti yritetty markkinoida toimittajille. Myönteistä joukkoistamisen kannalta on sekin, ettei kukaan haastateltavista leimannut joukkoälyä tai avoimen datan sovelluksia ohimeneväksi haihatukseksi. Kaikki arvelivat, että joukkovoimaa hyödyntävien sovellusten käyttö toimituksellisessa prosessissa lisääntyy tulevaisuudessa. Positiivista oli myös se, että yksittäisellä toimittajalla nähtiin olevan paljon vaikutusta siihen, kokeillaanko joukkoälyprojektia lehdessä. Toisaalta yksittäinen toimittajakin tarvitsee työympäristönsä tuen. Sen selvittäminen, kuinka kokeilumyönteinen ilmapiiri maakuntalehtien toimituksissa todellisuudessa valitsee, vaatisi erityistä perehtymistä esimerkiksi etnografisen tutkimuksen keinoin.

Tutkielmassa kävi ilmi uuden työkalun käyttöönoton kehityskulku. Jonkun on tehtävä pohjatyö, jonka perusteella muut alan toimijat seuraavat perässä. Toituspuntari osoitti, että kun uudenlainen tekeminen tuli tutuksi omassa toimituk-

nessa, siihen halusivat osallistua muutkin kuin vain ydinryhmä. Kun Totuuspuutari tuli tutuksi toimituksen ulkopuolella, muutkin lehdet halusivat kokeilla samaa. Sama koskee myös arvopaperitutkimusta. Suomen Kuvalehdessä oli pantu merkille arvopaperitutkimuksen tuloksellisuus ja Salmisen mukaan lehdellä on valmiudet kokeilla samankaltaista datamassoihin perustuvaa joukkoälytutkimusta.

Kaikista antoisin ja itsellenikin yllättävä tutkimusaihe teema nousi pintaan toimistusten suhteessa yleisöön tietolähteenä. Huomasin haastattelututkimusten pohjalta, että jossain määrin sanat eivät täysin vastaa käytäntöä. Toimittajien suhde lukijoihin on tietyssä määrin ristiriitainen. Lukijoilta haetaan mielipiteitä ja kokemuksia, joista voi syntyä myös uutisia, jotka ovat niin sanotusti kovia uutisia. Silti lukijoilta ei ole lähtökohtaisesti lähdetty hakemaan journalistista tietoa. Maakuntalehdissä ei osata kuvitella vielä, mitä se haettava tieto voisi olla. Vaikka lehdissä oli paljon yleisöä aktivoivaa toimintaa, jossa käytettiin esimerkiksi sosiaalista mediaa työkaluna, lukijoita ei ollut osallistettu mukaan itse toimitusprosessiin. Ajatus yleisöstä osana toimitusprosessia on maakuntalehdille suhteellisen vieras.

Seuraavaksi käyn läpi syvällisemmin aiheen vuorovaikutuksellista teemaa, yleisön ja toimituksen usein ristiriitaisinkin suhdetta ja sen kehityksen vaikutuksia journalistiseen prosessiin.

Mitä voisi tutkia seuraavaksi?

Opinnäytetyön ulkopuolelle rajautui paljon tutkittavia aiheita ja näkökulmia. Joukkoistamista käsittelemällä pitkälti sen toimitusprosessin ja vuorovaikutuksellisuuden kautta. Tutkielma olisi voinut paneutua vielä enemmän joukkoälyyn tutkivan journalismin välineenä. Samalla tutkielma olisi voinut käsitellä verkon ja printin eriytymistä ja lehden sisältöjen kehittymistä. Olisi kiinnostavaa tutkia, minkä näkemyksen perusteella lukijoita yritetään pitää lehtien tilaajana maakuntalehdissä ja valtakunnallisissa lehdissä. Määritelläänkö laadun kriteeri lukijatutkimuksen kautta vai toimituksen omien kriteerien kautta? Toteutetaanko laatu

lyhentämällä ja tiivistämällä juttuja vai taustoittamalla ja kehittämällä sisältöä analysoivaksi ja tutkivaksi?

Joukkoistamisessa jäi käsittelemättä osallistamisen prosessi lukijan näkökulmasta. Esimerkiksi produktion kautta voisi tutkia, miten lukijoita voisi motivoida osallistumaan joukkoistamisprojektiin. Toimitusorganisaation näkökulmasta olisi ollut kiinnostavaa myös paneutua enemmän avoimen kulttuurin toimituksiin ja läpinäkyvyyden lisäämiseen journalistisissa käytännöissä. Uuden journalismin ytimessä omana tutkimusaiheenaan voisi käsitellä sanomalehtien ansaintalogiikan ongelmia ja journalismin vaihtoehtoisia rahoituskeinoja. Lähdeaineiston ja uuden journalismin uutisoinnin seuraamisesta voisi päätellä, että se on nouseva puheenaihe. Journalismin rahoituksen turvaamiseksi on väläytelty muun muassa osuuskuntaa tai riippumatonta säätiötä. Tällaisillekin rahoitusmalleille on esimerkkinsä ulkomailla. Esimerkiksi Pulitzer-palkinnon arvoista tutkivaa journalismia tekee Yhdysvalloissa Pro Publica, jota rahoittaa The Sandler Foundation niminen säätiö (About us – Pro Publica, hakupäivä 4.5.2012).

Joukkoälyn käytön ohjeet

1. Kun ideoidaan joukkoistamisprojektia, täytyy tehdä tarkka lukijaprofiili. Millaisia vastauksia edes voisi tulla? Ennakkoluuloinen yleisön kyvyistä ei tarvitse olla, mutta todennäköisyyksiä kannattaa pohtia, varsinkin jos kyseessä on pienemmän levikin lehti.
2. Tarvitaan hyvä idea. Joukkoistaminen olisi helppo lanseerata näkyvästi esimerkiksi vaalien ympärille. Jos lehti on paikallisia arvoja ajava maakuntalehti, se voi joukkoälyprojektilla alleviivata näitä arvoja. Esimerkiksi maakuntalehti voisi joukkoistaa yleisön seuraamaan oman alueensa poliitikon toimia eduskunnassa tai Brysselissä. Lehden tehtävänä olisi tarkistaa, miten vaalilupauksia on lunastettu.
3. Osallistumisen kynnys täytyy tehdä mahdollisimman matalaksi. Yleisölle pitää tarjota helposti täytettävä kaavake, jossa on valmiit vaihtoehdot tai kategoriat.
4. Lukijan motivointi on tärkeää. Täytyy miettiä, miten lukijan voisi motivoida mukaan. Motivointia voi lisätä esimerkiksi kirjoittamalla projektin eri

vaiheissa annetuista vastauksista uutisanalyysijä, joissa perustellaan uutisen lisäksi joukkoistamisen roolin tärkeyttä. Myös prosessin lopussa on hyvä tehdä yhteenveto saavutetuista tuloksista.

5. Näkyvyys ja markkinointi ovat olennainen osa lukijoiden mukaan saamiseksi. Projektille täytyy antaa tarpeeksi näkyvyyttä sekä verkkoetta printtilehdessä.
6. Keskustelun herättäminen ja vuorovaikutuksellisuus kuuluu joukkoistamiseen. Keskustelua voi herättää lehden verkkosivuilla ja keskusteluun voi myös osallistua. Lukijoiden kommentteja kannattaa seurata ja mikä tärkeintä: niihin täytyy reagoida tarpeen mukaan.
7. Kerran opeteltu on puoliksi tehty: datasovellusten ja joukkoistamisen opettelu tekninen puoli vaatii aluksi perehtymistä. Ennen joukkoistamista on hyvä tutustua siihen, millaisia ominaisuuksia vaikka Google Docs -sovelluksesta löytyy ja mitä sillä voisi tehdä.
8. Selkeä työnjako auttaa prosessin sujuvuutta. Esimerkiksi vihjeiden tarkastamista voi tehdä useampi henkilö eri työvaiheissa.
9. Projektin suunnitelmallisuus helpottaa työskentelyä. Kun valmis toimintarakenne on tehty ja kaikille on selkeää, milloin seuraava juttu ilmestyy, tekeminen rutinoituu ja helpottuu.
10. Ilman riskejä ei voi voittaa.

Lopuksi

Joukkoistaminen on sen moninaisissa käyttömuodoissaan ennen kaikkea tutkivan journalismin työkalu. Se ei olennaisesti mullista toimituksellista prosessia vaan tukee sitä. Se, miten paljon joukkoälyä tulevaisuudessa halutaan hyödyntää, riippuu siitä, miten paljon lehdet haluavat panostaa tai pystyvät panostamaan tutkivaan journalismiin ja innovatiivisiin työtapoihin. Tulosten perusteella joukkoistamista tullaan käyttämään jatkossa ainakin valtakunnallisissa lehdissä. Datajournalismi nähdään tutkivan journalismin seuraavana kehityssuuntana. Aineiston perusteella uskallan väittää, että joukkoistamisprojekteja nähdään varmasti ainakin valtakunnallisissa lehdessä. Niillä on enemmän resursseja toteuttaa ja kokeilla uusia projekteja kuin maakuntalehdillä. Joukkoälyn käyttö lisääntyy todennäköisesti myös ajan myötä, kun datajournalismista kiinnostunut

sukupolvi pääsee toimituksiin. On mahdollista, että joukkoistamisprojekteja toteutetaan myös maakuntalehdissä niiden formaattiin ja lukijakuntaan sovellettuina.

Vaikka journalistisena työkaluna joukkoäly on vain yksittäinen työmetodi, jota ei ole tarkoitus käyttää jatkuvasti, sen käytön tarpeellisuuteen liittyviä teemat ja perustelut ovat kuitenkin läsnä kaikessa uuden journalismin tekemisessä. Tutkielmassani olen monipuolisesti kuvaillut näitä teemoja ja purkanut joukkoälyn käytön metodin osiin. Olen myös kuvaillut kokeilujen tiellä olevia esteitä.

Esteistä suurimmat, epätietoisuus ja resurssit, olivat helpoiten osoitettavissa. Näiden selättämisestä ei kuitenkaan päästä puusta pidemmälle, jos toimituksista puuttuu aito halu kokeilla joukkoistamista ja usko siihen, että lukijoita voi hyödyntää. Viitekehyksen ja aineistohaastattelujen pohjalta löytyi syitä toimituksen asenteelliseen vastarintaan. Henkisen tahtotilan puuttuminen johtunee osittain siitä, että toimittajat ovat kyllästyneitä kysymään kaikkea lukijoilta ja samalla punnitsemaan toimituksellisen päätäntävällän luovuttamattomuutta. Kunelius (2003, 23–25) pukee ristiriitaiselta vaikuttavan kaksoisroolin edustavuuden ja itsenäisyyden väliseksi rajanvedoksi. Toisaalta toimitukset ovat vastuussa lukijoilleen ja edustavat suurta yleisöä. Toimittajien täytyy tehdä journalismia, joka vastaa lukijoiden tarpeisiin. Toisaalta toimitukset eivät voi luovuttaa journalistista valtaa ulkopuolisille: journalismi menettäisi uskottavuutensa ja sitä myöten ne lukijansa, joita se yrittää miellyttää. Toimittajien täytyy siis löytää tasapaino näiden maailmojen välillä, jossa se monipuolisesti ja kriittisesti representoi jatkuvasti muuttuvaa maailmaa. Itsenäisten toimitusten pitäisi olla samalla vuorovaikutuksellisia ja sietää kasvava mediakriittikki. Toimittaja vain haluaisi tehdä työtään niin kuin hän on ennenkin saanut tehdä.

Onnistunut joukkoälyprojekti vaatii aktiivista yleisöä, jolla on tietoa, mutta lukijoille on usein, varsinkin maakuntalehtien toimituksissa, roolitettu mielipiteen ja tunteen ilmaisijan rooli. Lukijoilta haetaan tunnepitoisia ilmauksia, ja niistä lähtökohdista lukija yleensä onkin motivoitunut antamaan vinkkejä. Tunne saattaa kuitenkin sotkea asiapitoisuutta tai motivoida antamaan väritynyttä tietoa, joka ei kelpaa journalistiseksi lähtökohdaksi. Ehkä ongelma lukijan ja toimituksen

vuorovaikutussuhteissa journalistisen prosessin kannalta on se, millainen ennakko-oletus toimituksilla on yleisöstään.

Salminen (haastattelu 29.2.2012) monien muiden toimittajien tapaan ihmettelee, missä ovat älykkäät kommentoijat. Miksi näkyvin osa keskustelusta on niin helppo yleistää verkkokansan viha- tai lokapuheeksi? Varmaa on se, että muunkinlaista keskustelua on tai ainakin voisi olla. Vaikuttaa siltä, että verkkokeskustelukulttuuri kärsii vielä murrosiästä. Nettikeskustelu kilpistyy tölvimiseksi, mikä estää rakentavan keskustelukulttuurin synnyn. Onko keskustelu niin rumaa, etteivät ne niin sanotut älykkäät keskustelijat edes viitsi osallistua? Tämä on varmasti kysymys, jota moni toimittaja miettii, ja valitettavan moni varmasti tekee nettikeskustelijoista omat pitkälle menevät johtopäätöksensä. Moni ajattelee varmasti nettikeskustelujen rivejä kahlatessaan, että sellaistaahan kansa on: tyhmää. Tämä on vaarallinen ja epähedelmällinen pohja yhteiselle vuorovaikutukselle ja joukkoistamisprojektille.

Mielenkiintoinen havainto, jonka tein tutkimukseni pohjalta oli, että yleisöön suhtaudutaan nuivasti siellä, missä kansalaisten ja toimittajien välistä vuorovaikutusta on yritetty lisätä esimerkiksi kansalaisjournalististen projektien avulla. Päätelin myös, mistä tämä voisi johtua. Kun mietin toimittajia ammattikuntana, heistä tuskin on aina luonnollista, että toimitukselliseen prosessiin yritetään vaikuttaa ylhäältäpäin taloudellisista lähtökohdista. Vaikka mediakonsultti kävisi joka päivä kertomassa, miten hienoa yleisön osallistaminen on ja kuinka se sitouttaa lukijoita, saattaa viesti mennä toimittajilta ohi kuulevien korvien. Yleisöä yritettiin tuoda lähemmäs toimituksia jo 1990-luvulla, kun ihmisläheisestä journalismista tuli trendi. Se vaikutti lehtien sisältöön (monien mielestä varmasti kielteisestikin) tuoden niihin enemmän arkisia aiheita ja kansalaisten mielipiteitä. Tätä haetaan yhä kansalaisjournalistisilla projekteilla. Projektit nähdään kuitenkin ”puuhasteluna” ja sisällöntuotantona – ei niinkään journalismina. Ehkä joukkoälyn idea olisi helpompi myydä toimittajille journalismin ehdoin. Mitä muuta on sellaisen rautaisen taloustoimittajan kuin Tuomo Pietiläisen arvopaperitutkimus Helsingin Sanomissa? Se on laadukasta ja tutkivaa talousjournalismia, josta on huutava pula.

Uskon, että joukkoäly voisi muuttaa journalistien mielikuvaa lukijoista. Joukkoälyllä voisi seuloa yleisön seasta sellaista tietotaitoa, jonka avulla tehtäisiin laatujournalismia. Positiivisen mielikuvan haastatteluaineiston pohjalta jätti se, ettei joukkoälyn käytölle ole ainakaan aktiivisia esteitä. Jos joku yksittäinen toimittaja keksii hyvän idean ja olisi valmis sitä kokeilemaan, toimituksissa ollaan mitä luultavimmin valmiita edes harkitsemaan projektia. Yksittäisen toimittajankin innostuksella voi silloin olla merkitystä. Voi olla, että toimittaja, jolla on sosiaalisen median kautta hankittu luottamus, osoittautuu toimituksille kultaakin kalliimmaksi (ks. Tomlinsonin tapaus).

Uusista toimituksellisista metodeista puhuttaessa syntyy usein harhaanjohtava käsitys, jonka mukaan uusi korvaisi kokonaan vanhan. Uudet keinot voivat nimenaan auttaa säilyttämään sen, mikä koetaan perinteiseksi ja tärkeäksi. Joukkoistamisen tai datajournalismin yleistymisen ei tarkoita sitä, että tulevaisuudessa toimittaja olisi karrikoidusti vain robottimainen tuottaja, joka ohjaa datamassoja jonkin toimitussovelluksen läpi. Se ei missään nimessä tarkoita, ettei toimittajia enää perinteisessä muodossa tarvittaisi. Päinvastoin joukkoälyn käytön lähtökohtana voisi olla perinteisen journalismin pelastaminen. Joukkoälyn avulla voitaisiin tehdä tutkivaa ja laadukasta journalismia, joka nyt jos koskaan on elintärkeää lehdille. Lehdet haluavat erottua toisistaan ja ilmaisista verkkoversioistaan. Joukkoistaminen on metodi, jolla sen voisi toteuttaa myös maakuntalehdissä, jos niin halutaan.

LÄHTEET

4681/SL/11 2012. Julkisen sanan neuvosto. Hakupäivä 21.4.2012.
<<http://www.jsn.fi/sisalto/4681-sl-11/?search=blockfest>>

About us. Pro Publica. Hakupäivä, 4.5.2012.
<<http://www.propublica.org/about/>>.

Aamulehti boikottiin 2011. Facebook. Hakupäivä 21.4.2012.
<<http://www.facebook.com/aamulehti.boikottiin>>

ABCs: National daily newspaper circulation January 2012. The Guardian. Hakupäivä 28.3.2012, <<http://www.guardian.co.uk/media/table/2012/feb/10/abcs-national-newspapers/>>.

Ahva, Laura 2010. Making News with Citizens: Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers. Media Studies. Tampere University Press, Tampere 2010. Saatavilla: <<http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8288-5> >

Aitamurto, Tanja & Heikka, Taneli & Kilpinen, Petteri & Posio, Matti 2011. Uusi Kultakausi - Kuinka sosiaalinen media mullistaa kaiken. Helsinki: WSOY.

Aitamurto, Tanja 2010. Ajantasa verkossa, analyysi painetussa. Suomen Lehdistö 11/2011, 4–5.

Alma Media uudistaa alueellisten lehtiensä toimintatavan. Alma Media. Hakupäivä 17.4.2012. <<http://www.almamedia.fi/tiedote?tiedote=648227>>

Aro, Jessika 2012a. Pahalta näyttää. Journalisti 1/2012. Hakupäivä 16.2.2012, <<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2012/1-2012/artikkelit/pahalta-nayttaa/>>.

Aro, Jessika 2012b. Toimittajien työttömyys kasvaa. Journalisti 2/2012. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2012/02/uutiset/toimittajien-tyottomuus-kasvaa/>>

Aro, Jessika 2012c. Valta valuu toimituksista. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 123–131. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. Saatavilla: <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Blogit-Etusivu. Ilkka.fi. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://www.ilkka.fi/blogit/>>.

Bowman, Shayne & Willis, Chris 2003. We Media – How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center. The American Press Institute. Hakupäivä 2.4.2012, <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>.

Bowman, Shayne & Willis, Chris 2005. The Future Is Here, But Do News Media Companies See It? Citizen Journalism. Harvard's Nieman Reports. Saatavilla: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/100558/The-Future-Is-Here-But-Do-News-Media-Companies-See-It.aspx>>

Couldry, Nick 2010. Jos ”medialla” on tulevaisuus, onko yleisölläkin? Media & viestintä 33, 3, 5–16.

Deuze, Mark 2005. What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. Journalism. Theory, Practice & Criticism. Hakupäivä 24.2.2012, <http://www.slideshare.net/ana_adi/deuze-2005-what-is-journalism-presentation>.

Fernando, Shehani & Lewis, Paul 2009. Video of police attack on Ian Tomlinson. The Guardian. Hakupäivä 28.3.2012, <<http://www.guardian.co.uk/uk/video/2009/apr/07/g20-police-assault-video>>.

Gillmor, Dan 2004. We the Media - Grassroots Journalism by the People, for the People. O'Reilly Media, Inc. Saatavilla: <<http://oreilly.com/openbook/wemedia/book/index.html>>.

Habermas, Jürgen 2006. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. Communication Theory 16. 2006, 411–426. International Communication Association. Saatavilla: <http://archivos.brunner.cl/jjbrunner/archives/1-Habermas_Deliberation2006.pdf>.

Hallituksen toimintakertomus – Alma Media vuosikertomus 2012. Hakupäivä 17.4.2012, <<http://vuosikatsaus2011.almamedia.fi/tilinpaatos/hallituksen-toimintakertomus>>.

Helena Nikkanen 2012. Sikatehtaat: ulkoistettua tutkivaa journalismia. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 8–13. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. Saatavilla: <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Helle, Merja 2009. Journalistisen työn muutos. Teoksessa Esa Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa, 91–111. Helsinki: Gaudeamus.

Helpinen, Virpi 2012. Maakuntalehti toimitetaan ja taitetaan keskellä Porin toria. Mtv3.fi. Hakupäivä 11.5.2012, <<http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/maakuntalehti-toimitetaan-ja-taitetaan-keskella-porin-toria/2012/03/1519387>>.

Herkman, Juha 2009. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa Esa Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa, 32–67. Helsinki: Gaudeamus.

Hintikka, Kari 2012. Puheenvuoro: Journalismia talkootyönä. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 25–30. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. Saatavilla: <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Hintikka, Kari 2010. Verkkovoima uutistuotannon muotona – sikainfluenssa ja Iranin levottomuudet internetissä. Teoksessa Kyrolä, Katariina (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2010, 100–108. Media & viestintä 1/2010. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. Saatavilla: <<http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-8030-0.pdf>>.

Hintikka, Kari 2007. Wikipedia joukkoälyn muotona. Tieteessä tapahtuu 7/2007. Hakupäivä 24.4.2012. <<http://ojs.tsv.fi/index.php/tt/article/viewFile/319/282>>
Investigate your MP's expenses. The Guardian. Hakupäivä 28.3.2012, <<http://mps-expenses.guardian.co.uk/>>.

Ilkka-Yhtymä 2012. Ilkka-Yhtymä Oyj. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://www.ilkkayhtyma.fi/web/yhtyma/corporate.nsf>>.

Jakelu. Kaleva Oy. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://www.kalevakonserni.fi/index.php?8>>.

Jokinen, Jouko 2012. Kommentti: Kun sosiaalinen media rankaisee, kuka rankaisee? Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 66–68. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Journalistin ohjeet ja liite. Julkisen sanan neuvosto. Hakupäivä 21.4.2012, <http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/>.

Journalistien ja esittävien taiteilijoiden työttömyyskassa. Jet-kassa. Hakupäivä 17.2.2012 <<http://www.jet-kassa.fi/>>.

Kaleva Oy. Kaleva Oy. Hakupäivä 4.5.2012, <http://www.kalevakonserni.fi>

KMT Lukijatiedote 2011, Levikintarkastus Oy. Hakupäivä 30.3.2012. <<http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT%20lukijatiedote%20maaliskuun%202012.pdf>>.

Korpiola, Lilly 2012. Arabikevät ja journalismin uusi ekosysteemi. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 14–24. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Kunelius, Risto 2003. Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Viides uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Kustannustoiminta. Keski-suomalainen Oyj. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://www.keski-suomalainen.com/web/index.php?id=6>>.

Levikki. Sanomalehtien liitto. Hakupäivä 16.2.2012, <<http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=115>>.

Levikkitilasto 2011. Levikintarkastus Oy. Hakupäivä 30.3.2012, <<http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Levikkitilasto2011.pdf>>.

Levikki ja lukijämäärät 2012. Sanomalehti Ilkka. Hakupäivä 4.5.2012, <<http://mediamyyni.ilkka.fi/sanomalehti-ilkka/sanomalehti-ilkka/levikki-ja-lukijamaarat-1.22039>>.

Lewis, Paul 2011. Ian Tomlinson: key evidence that police withheld from coroner, IPCC and family. Hakupäivä 28.3.2012, <<http://www.guardian.co.uk/uk/2011/may/09/tomlinson-police-witness-baton-attack?intcmp=239>>.

Malik, Shiv 2011. Police officer denies killing Ian Tomlinson. The Guardian.

Hakupäivä 28.3.2012, <<http://www.guardian.co.uk/uk/2011/oct/17/police-officer-ian-tomlinson-g20?INTCMP=SRCH>>.

Matikainen, Janne 2011. Verkkokeskustelua homo-illasta – osallistumisen kultuuria? Teoksessa Sari Kivimäki (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2011, 92–98. Media & Viestintä 1/2011 / 34. vuosikerta. Journalismin tutkimusyksikkö.

Matikainen, Janne 2009. Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. Saatavilla: <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf>.

Mediatiedot. Otavamedia. Hakupäivä 30.3.2012, <<http://mediatiedot.otavamedia.fi/lehdet/yleisaikakauslehdet/suomen-kuvalehti/default.aspx>>.

Mäkinen, Esa 2012. Tällaista datajournalismia syntyi HS Open 4:ssä. Hakupäivä 9.4.2012, <<http://blogit.hs.fi/hsnext/tallaista-datajournalismia-syntyi-hs-open-4ssa>>.

Pentikäinen, Mikael 2012. VASTAUS SELVITYSPYYNTÖÖN, DNRO 2219.44.2011.

Pietiläinen, Tuomo 2011. Pankkiireille palkkaa osinkoina. Helsingin Sanomat. Talous. B 5. Julkaistu 22.12.2011.

Pohjoisen ääni. Kaleva.fi. Hakupäivä, 4.5.2012. <<http://www.kaleva.fi/blogit/pohjoisen-aani/>>.

Pokkinen, Jorma 2012. Ylänurkka: Soopaa, tuubaa ja face-sotaa. Aamulehti. Hakupäivä 3.4.2012, <<http://www.aamulehti.fi/Paakirjoitukset/1194717793056/artikkeli/ylanurkka+soopaa+tuubaa+ja+face-sotaa.html>>.

Polttoaine.net. Hakupäivä 1.4.2012. <<http://polttoaine.net/>>.

Pörssitutkimus 2011. Helsingin Sanomat. Hakupäivä 31.3.2012.
<<http://www.hs.fi/talous/P%C3%B6rssitutkimus+2011/a1305546239582>>.

Ripatti-Torniainen, Leena 2011. Kykenevä kansalainen ja sivistyvä ihminen –
Varhaisen public journalismin sivistysluonne kehityshaasteena kansalaisjourna-
lismille. Media & Viestintä 3/2011, 4– 22.

Rosen, Jay 2006. The People Formerly Known as the Audience. Hakupäivä
2.4.2012, <http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html>.

Salminen, Juho 2011a. Totuuspuntari: Joukkoälyllä vauhtia vaalikeskusteluun.
Suomen Kuvalehti. Hakupäivä 11.4.2012,
<<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/totuuspuntari-joukkoalylla-vauhtia-vaalikeskusteluun>>.

Salminen, Juho 2011b. Epäiletkö poliitikkojen väitteitä? SK:n Totuuspuntari lait-
taa tosiasiat paikalleen. Suomen Kuvalehti. Hakupäivä 14.4.2012,
<<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/skn-totuuspuntari>>.

Sanoma News lyhyesti. Sanoma Oyj. Hakupäivä 30.3.2012,
<<http://www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-news/sanoma-news-lyhyesti>>.

Savon Sanomat asiakaspalvelu. Hakupäivä 4.5.2012,
<<http://www.savonsanomat.fi/asiakaspalvelu/jakelu/>>.

Shirky, Clay 2008. Here comes everybody – The power of organizing without
organizations. New York: The Penguin press.

Sumiala, Johanna & Tikka, Minttu 2011. ESSACHESS. Journal for Communica-
tion Studies, vol. 4, no. 2(8) / 2011: 145–159
<<http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/132/114>>

Sweney, Mark 2012. ABCes: Mirror Group Digital loses 30% of monthly unique browsers. The Guardian. Hakupäivä 28.3.2012, <<http://www.guardian.co.uk/media/2012/mar/22/abce-trinity-mirror-loses-browsers/>>.

Teemat/Totuuspuntari, 2012. Suomen Kuvalehti. Hakupäivä 14.4.2012, <<http://suomenkuvalehti.fi/teemat/Totuuspuntari>>.

Tässä ovat ehdokkaat suuren journalistipalkinnon 2011 saajiksi, 2011. Mtv3.fi. Hakupäivä 11.5.2.2012, <<http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/tassa-ovat-ehdokkaat-suuren-journalistipalkinnon-2011-saajiksi/2012/02/1496682>>.

Ukkola, Jukka 2011. Totuuspuntari: Poliitikot osaavat moniselitteisen puheen. Suomen Kuvalehti. Hakupäivä 11.4.2012, <<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/totuuspuntari-poliitikot-osaavat-moniselitteisen-puheen>>.

Uotila, Panu 2011. Kansalaisjournalismilla lukijaa lähelle. Suomen Lehdistö 4/2011, 18.

Vehkoo, Johanna 2011. Painokoneet Seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Vehkoo, Johanna 2012. Kritiikin vaikein muoto on itsekritiikki. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012, 4-6. Media & Viestintä 1/2012. Tampere: COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. <http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf>.

Viranomaisten tietovarantoja avataan vaiheittain 2012. Valtionvarainministeriö. Hakupäivä 22.4.2012, <http://www.vm.fi/vm/fi/03_tiedotteet_ja_puheet/01_tiedotteet/20120208Virano/name.jsp>

Virranta, Riikka 2011. Tässä tulee lukijankuva. Suomen Lehdistö 4/2011, 4–5.

Virranta, Riikka 2010. Nuori joukkoäly käyttöön. Suomen Lehdistö 12/2010, 11.

Väliverronen, Esa 2009. Journalismi kriisissä? Teoksessa Esa Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa, 13–31. Helsinki: Gaudeamus.

Tutkimusaineisto

Hujanen Erkki, yhteisötuottaja, Kaleva. 2012. Puhelinhaastattelu.
13.4.2012. Tekijän hallussa.

Murtasaari, Jussi, verkkotuottaja, Savon Sanomat. 2012. Puhelinhaastattelu.
23.4.2012. Tekijän hallussa.

Pakkala, Maija, verkko- ja mobiilituottaja, Ilkka. 2012. Puhelinhaastattelu.
18.4.2012. Tekijän hallussa.

Pietiläinen, Tuomo, toimittaja, Helsingin Sanomat. 2012. Puhelinhaastattelu.
8.3.2012. Tekijän hallussa.

Salminen, Juho, verkkopalvelun toimitussihteeri, Otavamedian sähköisen journalismin kehittäjä, Suomen Kuvalehti. 2012. Puhelinhaastattelu. 29.2.2012. Tekijän hallussa.

TOTUUSPUNTARI

Suomen Kuvalehden verkkotoimituksen toimitussihteeri Juho Salminen

Suunnitteluvaihe ja valmistelu

1. Millainen työryhmä Totuuspuntaria oli tekemässä?

- Millainen työnjako projektilla oli? Montako toimittajaa kävi esimerkiksi läpi kysymyksiä? Miten valikoitiin?
- Kauanko yhden totuuden selvittämiseen meni aikaa?

2. Kauanko Totuuspuntari projekti kesti kaiken kaikkiaan? Kauanko valmisteltiin ja suunniteltiin?

3. Mistä Totuuspuntari sai ideansa? Oliko projektia vaikea saada hyväksytyksi ideana ja ryhtyä niin sanotusti tuumasta toimeen?

4. Mitä suunnitelmia tehtiin lukijoiden kiinnostuksen herättämiseksi?

5. Mitä suunnitelmia ja minkälaista yhteistyötä tehtiin printtipuolelle?

Toteutusvaihe

6. Miten lukijat ottivat osaa Totuuspuntarin tekoon? Tuliko kysymyksiä odotettu määrä?

7. Olivatko kysymykset sellaisia, mitä toivottiin?

8. Herättivätkö kysymykset toivottua keskustelua?

Tulokset, vaikutukset ja tulevaisuus

9. Miten joukkoälyä hyödyntävä faktantarkistustyö poikkeaa toimittajan normaalisti työprosessista?

10. Millaista palautetta projektista tuli lukijoilta? Entä toimituksen esimiehiltä?

11. Vastasiko tulos toimitustiimin omia odotuksia?

12. Korostuuko joukkoälyn käytössä enemmän prosessi vai tulokset?

13. Nähdäänkö joukkoälyn kaltainen lukijavuorovaikutus arvokkaana toimituksen näkökulmasta?

14. Käytetäänkö Totuuspuntarin kaltaista työkalua jatkossa myös vaalien ulkopuolella?

15. Mikä on henkilökohtainen ja ammatillinen näkemyksesi toimitusten halukkuudesta kokeilla erilaisia joukkoälyä hyödyntäviä projekteja? Onko joukkoälyn käyttö on juurtunut Suomeen?

PÖRSSITUTKIMUS JOUKKOÄLYÄ HYÖDYNTÄMÄLLÄ

Helsingin Sanomien taloustoimittaja (sittemmin myös vieraileva journalistiikan professori) Tuomo Pietiläinen

Suunnitteluvaihe ja valmistelu

1. Ketä työryhmään kuului?
2. Mistä saitte idean käyttää pörssitutkimuksessa joukkoälyä?
3. Millainen työnjako projektilla oli? Montako toimittajaa kävi läpi vinkkejä?
4. Millaista tutkimusmateriaalia nettiin laitettiin?
5. Onko tilastoja siitä, montako kertaa tietoja kaiveltiin?
6. Kauanko vihjeitä kerättiin systemaattisesti? Kauanko valmisteltiin ja suunniteltiin?
7. Oliko projektia vaikea saada hyväksytyksi ideana ja ryhtyä niin sanotusti tuumasta toimeen?
8. Mitä suunnitelmia tehtiin lukijoiden kiinnostuksen herättämiseksi?

Toteutusvaihe

9. Onko tilastoja siitä, montako kertaa tietoja kaiveltiin?
10. Paljonko lukijoilta tuli vinkkejä, ja kuinka moni niistä johti tutkintaan?
11. Tehtiinkö muista vihjeistä juttuja? Jos tehtiin monestako ja minkälaisia?
12. Olivatko vihjeet sellaisia, mitä toivottiin?

Tulokset, vaikutukset ja tulevaisuus

13. Miten joukkoälyä hyödyntävä faktantarkistustyö poikkeaa toimittajan normaalista työprosessista?
14. Millaista palautetta projektista tuli lukijoilta? Entä toimituksen esimiehiltä?
15. Vastasiko tulos toimitustiimin omia odotuksia?
16. Korostuuko joukkoälyn käytössä enemmän prosessi vai tulokset?
17. Nähdäänkö joukkoälyn kaltainen lukijavuorovaikutus mielestänne arvokkaana toimituksen näkökulmasta?
18. Millainen joukkoistaminen sopisi maakuntalehtiin?
19. Mikä on henkilökohtainen ja ammatillinen näkemyksesi toimitusten halukkuudesta kokeilla erilaisia joukkoälyä hyödyntäviä projekteja? Onko joukkoälyn käyttö on juurtunut Suomeen?

KYSYMYKSET MAAKUNTALEHDILLE

Joukkoälyllä tarkoitetaan lehden lukijoille antamaa toimeksiantoa, joka mahdollistaa toimituksellisia tehtäviä, joita ei pystyisi toimituksen omalla väellä toteuttamaan, tai se veisi kohtuuttomasti resursseja. Joukkoälyllä mahdollistetaan esimerkiksi suurten datamassojen läpikäyminen.

Joukkoäly ei ole sinänsä uusi asia: kansalaisia on pyydetty osallistumaan ennenkin lehden tekoon. Joukkoäly hyödyntää verkon datan käsittelyn työkaluja ja visuaalisia sovelluksia alhaisilla kustannuksilla. Joukkoälyn käyttö on yleensä projekti, jossa on mukana toimittajan lisäksi esimerkiksi visualisti ja tuottaja. Joukkoistamista on käytetty aiemmin tutkivan journalismin projekteissa.

Lehden vuorovaikutteisuutta kartoittavat kysymykset

1. Joukkoälyn käyttö liittyy vuorovaikutukseen lukijoiden ja toimitusten välillä. Onko toimituksessanne pyritty tietoisesti lisäämään vuorovaikutusta lukijoihin?
2. Miten se näkyy konkreettisesti? Entä eri formaattien välillä printissä ja verkossa?
3. Missä määrin toimituksenne käyttää toimituksellisessa työprosessissa esimerkiksi seuraavia lukijansisältöjä:
 - uutisvinkkejä
 - lukijan kuvia
 - lukijan videoita
 - lukijan kommentteja
4. Millä tasolla lukija tulisi ottaa mukaan toimitukselliseen prosessiin?

Arvioikaa asteikolla 5 - , joista 5 on erittäin tärkeä, 4 jokseenkin tärkeä, 3 siltä väliltä, 2 ei kovinkaan tärkeä, 1 ei lainkaan tärkeä:

5. Kuinka tärkeää on ottaa lukija mukaan
 - a) sanomalehden suunnitteluun (lukijaraadit)
 - b) jutuntekoprosessiin sen
 - alkuvaiheessa (vinkit)
 - keskivaiheessa (toimittajan ja lukija välinen vuorovaikutus jutunteon prosessin ollessa kesken esimerkiksi blogissa tai sosiaalisessa mediassa)
 - loppuvaiheessa (jutun jalostaminen lukijoiden kommenttien ja palautteen perusteella)

Suhde joukkoälyn käyttöön

6. Onko joukkoälyä käytetty lehdessänne seuraavia / Voisiko joukkoälyä käyttää lehdessänne mahdollisesti tulevaisuudessa joihinkin seuraavista:
 - a) faktantarkistuksessa, jolloin lukijoita pyydetään ilmiantamaan esimerkiksi poliitikon väite, jonka todenperäisyyttä on syytä epäillä
 - b) asiakirjojen, tiedostojen, suurten datakokonaisuuksien läpikäymiseen, jonkin uutisarvoisen tiedon paljastamiseksi
 - c) jonkin tapahtuman taltioimiseen valokuvin ja videoin tai tapahtumaan liittyvien reaaliaikaisten kommenttien, informaation julkaisuun verkossa
7. Jos olette käyttäneet jotain näistä, millaisen vastaanoton toimituksen lukijoille antama toimeksianto on saanut? Onko yleisöä saatu aktivoitua toivotulla tavalla?
8. Millaisia toimeksiantoja maakuntalehtien yleisölle voisi tehdä? Millaisia tietoja heiltä voisi pyytää?
9. Millaisia riskejä joukkoälyä hyödyntäviin projekteihin liittyy?
10. Millainen rooli joukkoälyllä voisi olla tulevaisuudessa toimituksessanne?

Toimittajan rooli joukkoälyn kaitsijana ja datasovellusten taitajana

11. Onko maakuntalehtenne toimituksessa joukkoälyyn tai datasovelluksiin perehtynyttä toimittajaa?
12. Kannustatteko toimittajia tutustumaan verkkomaailmaan ja sosiaalisen median työkaluihin?
13. Kannustatteko toimittajia keskustelemaan verkossa oman ammattikunnan tai lehden edustajana?
14. Mitä ominaisuuksia tulevaisuuden toimittajilta haetaan?
15. Voisitteko kuvitella, että lehtenne läpivalaisisi toimituksellista työprosessia kertomalla yleisölle esimerkiksi keskeneräisistä jutuista tai jutunteon vaiheista?
16. Toimituksellinen työprosessi on muuttunut vuosien saatossa. Tehdäänkö lehdessänne aiempaa enemmän tiimityöskentelyä esimerkiksi verkkotoimituksen, printin ja visualistien välillä?
17. Millaiset resurssit ja valmiudet maakuntalehdillä on tehdä tutkivaa journalismia?