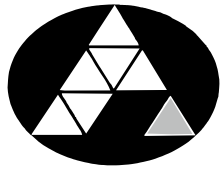


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma

Rebeca Romero

TYÖKÄYTÄNTÖJEN TEHOSTAMINEN VERKKO-KARJALAISEN
TOIMITTAMISESSA

Opinnäytetyö
Tammikuu 2012



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Tammikuu 2012
Viestinnän koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. (013) 260 6990 p. (013) 260 6906

Tekijä(t)

Rebeca Romero

Nimeke

Työkäytäntöjen tehostaminen Verkko-Karjalaisen toimittamisessa

Toimeksiantaja Sanomalehti Karjalainen

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Sanomalehti Karjalaisen toimituksen nykyisiä työkäytäntöjä verkkolehden päivittämisessä ja kehittää tilalle uusia ja tehokkaampia toimintamalleja.

Tutkimuksessa haastateltiin Sanomalehti Karjalaisen vakituisia toimitussihteerejä, sillä he ovat pääosin vastuussa Verkko-Karjalaisen toimittamisesta. Erilaisia toimintamalleja tutkittiin haastatteleamalla Karjalaisen yhteistyökumppanilehtien verkkotoimituksien esimiehiä. Karjalaisen yhteistyökumppanilehdillä, Savon Sanomilla, Keskisuomalaisella ja Etelä-Suomen Sanomilla, on sanomalehden toimituksesta erilliset verkkotoimitukset.

Näiden kahden ensimmäisen tutkimusmenetelmän avulla saadut tulokset esiteltiin Karjalaisen toimituksen johdolle. Viimeisenä tutkimusmenetelmänä käytettiin alustuksen pohjalta käytyä ryhmäkeskustelua.

Tutkimukseni kahden ensimmäisen tutkimusmenetelmän avulla Karjalaisen toimituksen johdolle ehdotettiin muodostettavaksi Karjalaiseen verkkotoimitus. Ryhmäkeskustelussa kävi kuitenkin ilmi, että Karjalaisella ei ole riittävästi resursseja muodostaa suurta verkkotoimitusta. Tulevaisuudessa Karjalaisessa harkitaan yhden työntekijän palkkaamista verkkolehden tarpeisiin.

Kieli

suomi

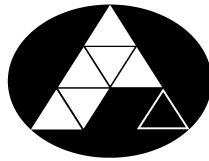
Sivuja 66

Liitteet 5

Liitesivumäärä 7

Asiasanat

verkkotoimitus, verkkolehti, verkkopalvelu, Verkko-Karjalainen, verkkotoimittaja



NORTH KARELIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS
January 2012
Degree Programme in
Communication

Länsikatu
FIN 80110 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358 13 260 6990

Author(s)

Rebeca Romero

Title

Developing the Work conventions of the Online Newspaper of Karjalainen

Commissioned by Sanomalehti Karjalainen

Abstract

The purpose of this thesis was to explore the current work conventions of the online newspaper of Karjalainen and to develop new and more effective ways to update it.

I interviewed the assistants to the managing editor of Karjalainen, because they are mainly responsible for updating the online newspaper of Karjalainen. I also interviewed the producers of associate online newspaper of Karjalainen. These associate online newspapers (Savon Sanomat, Keski-suomalainen, Etelä-Suomen Sanomat) already have a separate online editorial department. With these interviews my goal was to find new ways to update the online newspaper of Karjalainen.

I introduced the final results of my research to management of Karjalainen. My last research method was this introduction and group conversation.

With these two research methods I suggested for the management of Karjalainen to create a separate online editorial department, which does not exist in Karjalainen at the moment. The group discussion showed that Karjalainen does not have enough resources to form a separate online editorial department. In the future Karjalainen might employ one person to update the online newspaper of Karjalainen.

Language

Finnish

Pages 66

Appendices 5

Pages of Appendices 7

Keywords

online editorial department, online newspaper, online service, Online-Karjalainen, online journalist

Sisältö

1 Johdanto	6
1.1 Tutkimustehtävän esittely	6
1.2 Tutkimuksen rakenne	8
1.3 Verkkojulkaiseminen	9
1.4 Toimittajan työ muuttuu	10
1.5 Verkkosähkeen kriteerit	11
2 Verkkö-Karjalainen.....	13
2.1 Nykyiset työkäytännöt.....	13
2.2 Sanomalehden ehdoilla	15
2.3 Verkkö-Karjalaisen kehitys	16
2.4 Lehtikoalitio.....	20
3 Tutkimusmenetelmien esittely.....	21
3.1 Toimitussihteerien haastattelut.....	21
3.2 Verkkovastaavien haastattelut.....	23
3.3 Alustus Karjalaisen johdolle.....	25
3.4 Aineiston analysointi	26
4 Toimitussihteerien vastaukset.....	28
4.1 Ajankäyttö	28
4.2 Vastuualueet.....	29
4.3 Asenteet.....	30
4.4 Verkkolehden panostaminen	32
5 Yhteistyökumppaneiden haastattelut	33
5.1 Savon Sanomien verkkotoimitus	33
5.1.1 Savon Sanomien ja Keski-suomalaisen yhteistyö	33
5.1.2 Kolme verkkotoimittajaa	34
5.1.3 Verkkotoimittajan työtehtävät	35
5.1.4 Verkkolehden journalistinen linja	37
5.2 Keski-suomalaisen verkkotoimitus.....	37
5.2.1 Verkkotoimittajan työtehtävät	38
5.2.2 Yhteistyö sanomalehden kanssa.....	40
5.3 Etelä-Suomen Sanomien monimediatoimitus.....	41
5.3.1 Erillistä ja monimediallista sisältöä	41
5.3.2 Monimediatoimittajan työtehtävät.....	43
5.3.3 Verkkolehden journalistinen linja.....	44
5.4 Juttuvaihto verkkolehdissä.....	45
5.5 Mistä verkkolehti saa tuottoensa?	46
6 Toimintasuunnitelma	49
6.1 Karjalaisen verkkotoimitus	49
6.2 Työtehtävät	51
6.3 Tiedonkulku	52
7 Esitys ja ryhmäkeskustelu.....	53
7.1 Palaute.....	53

7.2 Ei erilliselle verkkotoimitukselle	54
7.3 Lopputulos	55
7.4 Listatoimittaja verkkolehden tarpeisiin	57
8 Lopuksi.....	58
8.1 Päätelemät.....	58
8.2 Loppuanalyysi.....	59
8.3 Jatkotutkimukset.....	63
Lähteet.....	64

Liitteet

- Liite 1 Haastattelukysymykset verkkovastaaville
- Liite 2 Haastattelukysymykset Karjalaisen toimitussihteereille
- Liite 3 Yhteenvetotaulukko tutkimistani verkkotoimituksista
- Liite 4 Jäsennys Karjalaisen johdolle
- Liite 5 Karjalaisen johdolle pitämäni esitys

1 Johdanto

1.1 Tutkimustehtävän esittely

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Sanomalehti Karjalainen. Toimeksianto solmittiin elokuussa 2011 yhdessä Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n toimitusjohtajan Jyrki Utraisen ja Karjalaisen päätoimittajan Pasi Koivumaan kanssa. Karjalainen on maan 11:nneksi suurin sanomalehti ja Pohjois-Karjalan päämedia. Karjalainen tavoittaa paperilehdellä ja sähköisillä versioillaan noin 140 000 lukijaa. Karjalainen alkoi ilmestyä Karjalatar-nimellä vuonna 1874, ja se on maamme kolmanneksi vanhin suomenkielinen sanomalehti. Karjalaisen päätoimittajana on toiminut viimeisen neljän vuoden ajan Pasi Koivumaa. Lehti kuuluu Pohjois-Karjalan Kirjapaino -konserniin. (Anygraaf 2010.)

Opinnäytetyössäni tutkin Sanomalehti Karjalaisen toimituksen nykyisiä työkäytäntöjä verkkolehden päivittämisessä ja pyrin kehittämään tehokkaampia keinoja työnjakoon. Sanomalehti Karjalaisen verkkolehti, niin sanottu Verkko-Karjalainen, uudistui vuodenvaihteessa 2011–2012. Verkkouudistuksen myötä verkkolehden ulkoasu ja julkaisujärjestelmä muuttui kokonaan. Myös vastuualueiden pitäisi uudistuksen myötä selkiintyä. Tällä hetkellä vastuu verkkolehden päivittämisestä on pääosin toimitussihteereillä, jotka taittavat samaan aikaan myös seuraavan päivän sanomalehteä. Toisaalta vastuu on myös sanomalehden toimittajilla, joiden pitäisi sanomalehtijutun kirjoittamisen jälkeen muistaa kirjoittaa jutusta erillinen sähke Verkko-Karjalaiseen. Tämän lisäksi myös konsernin sähköistä liiketoimintaa harjoittava Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy eli K5 on alkanut keskittää toimintaansa yhä enemmän verkkolehteen. Tällä hetkellä vastuu verkkolehden päivittämisestä on jakautunut monelle eri taholle. Toisaalta mikään taho ei ole kunnolla vastuussa verkkolehden päivittämisestä.

Tutkimuksessani käytän vertailukohtana kolmen muun maakuntalehden verkkolehteä. Tutkin Sanomalehti Karjalaisen yhteistyökumppaneiden Savon Sanomien, Keskisuomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien verkkouutisointia ja verkko-

lehden tekemisen käytäntöjä. Näissä kolmessa maakuntalehdessä verkkolehden päivittäminen on jo siirretty erillisen verkkotoimituksen vastuualueeksi. Verkko-Karjalaisen työkäytäntöihin olen tutustunut paikan päällä työskennellessäni Karjalaisen toimituksessa. Uutistoimittajana olen myös itse julkaissut Verkko-Karjalaiseen sähköisiä. Nykyisistä työkäytännöistä otin lisäksi selvää haastatteleamalla Karjalaisen toimitussihteerejä. Näin sain kerättyä tietoa tämänhetkistä käytännöistä ja siitä, mikä nykyisissä käytännöissä ei toimi. Lopuksi esittelin haastattelun ja havainnoinnin avulla kerätyt tiedot Karjalaisen toimituksen johdolle sekä uutispäällikölle. Tarkoitukseni on tutkimuksen avulla osoittaa, että ehdottamani parannukset ovat tarpeen Verkko-Karjalaisessa. Kokosin opinnäytetyöstäni tutkimuksen ja ohjeistuksen, jonka luovutan Sanomalehti Karjalaisen vapaaseen käyttöön.

Opinnäytetyöni aihepiiri on tullut minulle tutuksi muutaman vuoden aikana. Viime lukuvuoden ajan toimin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman verkkolehden Viiveen päätoimittajana ja tuottajana. Uudistimme lehden sisällön, järjestelmän sekä ulkoasun kokonaan entisestään. Viiveen päätoimittajana ja tuottajana opin tuottamaan verkonomaista sisältöä sekä esittämään sisällön verkossa tehokkaasti. Opin myös työnjaosta ja vastuista verkkotoimituksessa. Lisäksi molemmat, sekä Sanomalehti Karjalainen että Pohjois-Karjalan Uudet mediat, ovat minulle työnantajina tuttuja. Olen työskennellyt K5:n toimituksessa syyskuusta 2010 toukokuuhun 2011 asti. Sanomalehti Karjalaisessa olen työskennellyt uutistoimittajana opintojeni ohessa tammikuusta 2011 asti. Kesän 2011 työskentelin kesätoimittajana Karjalaisen uutistoimituksessa. Sen lisäksi olen suorittanut osan harjoittelustani (kolme kuukautta) Etelä-Suomen Sanomien verkkopuolella ja tuottanut sen verkkolehteen sisältöä. Sen sijaan Savon Sanomat ja Keski-suomalainen eivät ole minulle työnantajina tuttuja. Olen kuitenkin tutustunut molempiin lehtiin lukemalla kumpaakin, niin printtiversiota kuin verkkolehteäkin.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Opinnäytetyöni muodostuu kolmesta kokonaisuudesta. Ensimmäinen osio on tutkimuksen yleinen osa, toisessa osiossa keskityn teoreettiseen tarkasteluun ja kolmannessa osiossa esittelen tulokset. Johdannon ensimmäisessä alaluvussa esittelen opinnäytetyöni tutkimustehtävän, perustelen aihevalintani ja kerron, kuinka aihe liittyy aiempaan tietämykseeni. Johdannon seuraavassa alaluvussa esittelen opinnäytetyöni rakenteen lyhyesti. Kolmannen otsikon alla esittelen opinnäytetyöni aihepiiriä ja liitän sen suurempaan kokonaisuuteen valottamalla käsitteitä verkkojulkaiseminen sekä verkkolehti. Johdannon viimeisessä alaluvussa kerron, kuinka toimittajan työnkuva muuttuu verkkoaikana.

Toisessa luvussa esittelen, millä tavalla Karjalaisen toimituksessa järjestetään tällä hetkellä verkkolehden työkäytännöt. Kerron myös hieman uudesta julkaisu-järjestelmästä (NEO) ja tulevasta verkkouudistuksesta. Lisäksi esittelen Verkkokarjalaisen historiaa. Tässä luvussa esittelen myös kolme muuta maakuntalehteä (Savon Sanomat, Keskisuomalainen ja Etelä-Suomen Sanomat) ja kerron hieman näiden verkkolehtien historiasta. Lisäksi kerron näiden neljän maakuntalehden välisestä yhteistyöstä.

Kolmannessa luvussa esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmät ja niiden avulla keräämäni aineiston. Kerron Karjalaisen toimitussihteereille ja kolmen maakuntalehden verkkovastaaville tekemistäni haastatteluista. Lisäksi kerron Karjalaisen johdolle pitämästäni esittelystä ja sen pohjalta käydystä ryhmäkeskustelusta. Neljännessä luvussa esittelen toimitussihteerien vastaukset. Viidennessä luvussa käyn läpi yhteistyökumppanilehtien verkkovastaavien haastattelut. Lisäksi kerron mahdollisista vaihtojutuista, jotka voisivat olla samoja kaikissa neljässä verkkolehdessä.

Kuudennessa luvussa esittelen aineiston avulla saatujen tulosten pohjalta parannusehdotuksia Karjalaisen verkkoon tekemisen työkäytäntöjen tehostamiseksi. Vertaan kolmen muun maakuntalehden verkkolehden työkäytäntöjä toisiinsa ja pyrin nostamaan aineistosta esille hyviä ideoita toteutettavaksi myös

Verkko-Karjalaisessa. Seitsemännessä luvussa käyn läpi Karjalaisen johdolle pitämäni esityksen ja sen pohjalta käydyn ryhmäkeskustelun. Tässä luvussa esittelen myös tämän tutkimusmenetelmän pohjalta opinnäytetyöni lopputuloksen. Viimeisessä eli kahdeksannessa luvussa esittelen päätelmäni, teen loppuanalyysin ja pohdin Verkko-Karjalaisen työkäytäntöjen tulevaisuutta. Esitän myös mahdollisia jatkotutkimuksia, jotka voisivat olla tulevaisuudessa Karjalaisessa tarpeen.

1.3 Verkkojulkaiseminen

Verkkojulkaiseminen herätti paljon lupauksia 1990-luvun puolivälissä ja nostatti huuman, joka kuitenkin laantui nopeasti taloudellisten paineiden alla. Silti kaikki sanomalehdet, radioasemat ja televisiokanavat halusivat mahdollisimman nopeasti vakiinnuttaa asemansa internetissä. Suomen ensimmäinen sanomalehti verkossa oli Turun Sanomat vuonna 1995, ja perässä seurasivat Iltalehti, Aamulehti ja Helsingin Sanomat. Verkkolehden määrä alkoi kasvaa nopeasti, ja vuonna 2002 lehdeksi luokiteltavia julkaisuja oli internetissä tarjolla jo noin 300. Suurin osa niistä oli perinteisten lehtien verkkojulkaisuja, jotka sisälsivät tavallisesti vain osan lehden koko aineistosta. Jotkin lehdet tosin tarjosivat verkkojulkaisussaan myös sellaista materiaalia, jota ei julkaistu painetussa lehdessä. (Rinkinen 2004, 13.)

Verkkolehden ja niin sanotun kantalehden suhde nähdään usein problemaattisena. Syy tähän on yksinkertainen: kantalehti tuottaa ja verkkolehti ei. Suomalaisen sanomalehdistön keskuudessa on ollut kahdentyyppistä suhtautumista verkon journalistisiin mahdollisuuksiin. Verkkolehti nähdään sanomalehden kilpailijana, joka vie lukijoita ja mainostuloja. Näin ajateltuna verkkolehti vahingoittaa perinteistä printtilehteä. Toisaalta voidaan nähdä, että verkkolehti ja printtilehti tukevat toisiaan, sillä verkkolehti edistää sanomalehden myyntiä. Verkkolehti nähdään myös keinona kehittää lukijasuhdetta interaktiivisemmaksi ja saada esimerkiksi enemmän nuoria lukijoita. Ari Heinosen (YTL) väitöskirjatutkimuksen mukaan 91 prosenttia suomalaisista näkee verkkolehden myönteisenä asiana ja pitää verkkolehteä uutena mahdollisuutena. (Heinonen 1999, 42–58.)

Verkkojulkaisemisen terminologia on yhä hyvin kirjavaa. Kuusisto ja Pippuri (1998, 15) määrittelevät verkkojulkaisun seuraavasti: ”Verkkojulkaisu on internetissä levitettävä ja luettavissa oleva, säännöllisesti ilmestyvä journalistinen kokonaisuus.” Kiviranta (2001, 17) kokee, että verkkolehdistä on monenlaisia ilmentymiä ja muotoja. Osa niistä on erikseen toimitettuja, pelkästään verkkoa varten toimitettua materiaalia sisältäviä, osa taas sisältää täysin samaa materiaalia kuin paperille painettava lehti. Kuusisto ja Pippuri esittelevät teoksessaan *Verkkojulkaisun eväät* hyvän journalistisen verkkojulkaisun ominaispiirteitä. Hyvä verkkolehti sisältää runsaasti paikallisuutisia, mielipiteitä ja kommentteja, jotka on linkitetty sekä omiin että muuten kiinnostaviin juttuihin. Lisäksi verkkolehden tulisi tarjota lukijan maun mukaan profiloidut uutiset, jotta lukijan ei tarvitsisi lähteä muualle jonkin tietyn uutisen perässä. (Kuusisto & Pippuri 1998, 64.)

Sanomalehden verkkopalvelu on verkkolehteä laajempi käsite siten, että sanomalehden verkkopalvelu sisältää sisältötuotteen ohella myös esimerkiksi asiakaspalvelu- ja markkinointitoimintoja (Moilanen 2004, 13). Käytän opinnäytetyössäni termiä *verkkolehti*, silloin kuin puhun sanomalehden verkkojulkaisun journalistisesta osasta. Termiä *verkkopalvelu* käytän, kun puhun sanomalehden verkkojulkaisusta kokonaisuudessaan. Opinnäytetyöni painottuu tutkimaan pääosin verkkojulkaisun journalistista sisältöä, joten mielestäni on relevanttia puhua verkkopalvelun sijaan verkkolehdestä.

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan joukkoviestimien seuraaminen internetin kautta on nykyään hyvin yleistä. Vuonna 2010 uutisia verkkolehdistä tai televisiokanavien verkkosivuilta oli lukenut 74 prosenttia suomalaisista. Kaikista 16–74-vuotiaista Suomessa asuvista kolme neljästä on seurannut verkkolehtien tai televisiokanavien internetsivuja kolmen kuukauden aikana ja melkein joka toinen seuraa niitä liki päivittäin. (Tilastokeskus 2010.)

1.4 Toimittajan työ muuttuu

Toimittajan työhön verkkojulkaiseminen on tuonut paljon uutta. Verkkoon julkaisijan toimittajan on muistettava perinteisen tekstin sijaan muun muassa hyperlinkit, multimediasisältö ja vuorovaikutteisuus. Verkossa väline ei aseta uutisju-

tulle samanlaisia rajoja kuin esimerkiksi sanomalehti asettaa. Verkossa multimediaillaisuus mahdollistuu, jolloin syntyy uusia kerrontatapoja. Uutisia voidaan kertoa kuvien ja videon avulla perinteisen tekstin sijaan. Suuret ja monimutkaiset kokonaisuudet voidaan esittää havainnollisesti digitaalisessa muodossa. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 93.) Uutisjuttujen multimediallisuus vaatii toimittajalta uuden teknologian opettelua. Toimittajan pitää erottaa esimerkiksi videotiedosto ääniraidasta ja liittää mahdollinen multimediatiedosto verkossa julkaisutavaan juttuun.

Uusien työvälineiden haltuunotto on monimediajournalismin kehityksen kannalta luonnollisesti keskeinen seikka. Se ei kuitenkaan voi tarkoittaa pelkästään välineiden teknisen käytön opettelua, vaan ennen muuta välineiden journalististen ilmaisumahdollisuuksien ja toisaalta välineiden rajoitusten omaksumista. Edellytyksenä luonnollisesti on, että työprosessin mieltäminen tapahtuu vastedes ensinnäkin monen median palvelemiseksi. Toiseksi paperilehden ajallinen ensisijaisuus hylätään. Tässä ehkä lienee monimediajournalismin olennainen kysymys toimittajan työnkuvan kannalta; kysymys ei niinkään ole uusista kädentaidoista, vaan uudenlaisesta ajatuksellisesta orientaatiosta. (Heinonen 2002, 17–21.)

1.5 Verkkosähkeen kriteerit

Verkossa uutisjuttu ei saa olla liian pitkä. Uutisen kärjen pitää olla luettavissa heti jutun alussa. Toimittajan pitää osata kirjoittaa uutinen lyhyesti, mutta kuitenkin niin, että se ei jätä lukijalle tärkeitä asioita avoimeksi. Jos näin käy, poistuu lukija saman tien johonkin muuhun verkkolehteen lukemaan saman uutisen. Toisaalta Taloussanomien päätoimittaja Juha-Pekka Raesteen painottaa, että verkkolehden toimittamisessa pitää päästä eroon ajatuksesta, että verkko tarkoittaisi vain sähköuutisia. ”Verkkoon voi tehdä kaikenlaisia sisältöjä. Pitkien juttujen lukeminen verkossa yleistyy koko ajan. Lisäksi verkolla on omia juttumuotoja: esimerkiksi blogimuotoinen kolumnistiperinne sopii verkkolehteen hyvin”, hän huomauttaa. (Nousiainen 2007.)

Taloussanomien siirtyä vuoden 2007 joulukuussa kokonaan verkkoon. Paperilehdestä luopuminen teki kuitenkin hallaa Taloussanomien kannattavuudelle. Lontoon City Universityn julkaisema *Taking the paper out of news: A case study of Taloussanomien, Europas first online-only newspaper* -tutkimus osoittaa, ettei verkkolehdeksi siirtyminen tehnyt Taloussanomista kannattavaa. Tutkija Merja Myllylahden verkkojulkaisutoiminnan maisterin lopputyönään tekemän tutkimuksen mukaan printistä verkkoon siirryttäessä sanomalehden tulot putoavat enemmän kuin sen kulut pienenevät. Taloussanomien kohdalla kulut laskivat 52 prosenttia, mutta tulot putosivat 75 prosenttia. (Markkinointi & Mainonta 2009.)

Yksi verkkojournalismiin liittyvä kiinnostava seikka on, että verkossa suhde yleisön ja journalismin välillä kehittyi entistä välittömämmäksi. Lukijat voivat kommentoida juttuja ja avata täysin uusia näkökulmia keskustelulle. Näin keskusteluryhmät voivat olla suuri resurssi journalismille, sillä juttuaiheita voidaan kehittää keskusteluista nousseista teemoista. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 93.)

Sanomalehtitoimittajalle tuttu käsite deadline muuttuu verkkolehdeissä. Kun uutinen saapuu toimitukseen, pitää se saada mahdollisimman nopeasti verkkoon. Työ ei rytmity esimerkiksi lehden ilmestymistiheyden mukaan, vaan deadline on periaatteessa jatkuvasti päällä. Jatkuva deadline voi yllyttää nopeaan uutisvoittoon. Tällöin määrä korvaa laadun. Journalisti (21/2011) uutisoi, että jopa kolmannes suurten viestimien verkkouutisista pohjautuu toimituksen sähköpostiin ilmestyviin tiedotteisiin. Viestinnän tutkijan Laura Juntusen tutkimuksen kohteina olivat Iltalehti, Iltasanomat, Helsingin Sanomat, Yle, MTV3 ja Nelonen. Näistä kuudesta mediasta Helsingin Sanomat käytti eniten lähes sellaisenaan kopioituja tiedotteita verkkouutisissaan. Juntusen mukaan toimittajat vetosivat suorien tiedotteiden käytössä usein kiireeseen: yhteen juttuun käytettävä aika on lyhyt, koska juttu pitää saada nopeasti verkkoon. Lisäksi tiedotteiden kopioiminen on helppoa. Vähiten suoria tiedotteita verkkolehdeissään käytti MTV3, mikä johtunee siitä, että MTV3:n uutiset pohjautuvat usein ulkomaisten viihdemedioiden juttuihin. (Aro 2011, 4–5.)

Sanomalehdestä tuttu tilarajoitus ei päde verkkolehdeissä. Verkossa tilaa on rajattomasti. Hyvää tilarajoitusten puuttumisesta on se, että verkkoon voi laittaa

sellaista sisältöä, joka on arvokasta, mutta ei itse sanomalehteen mahdu. Toisaalta sinne ei tarvitse laittaa sellaista tietoa, joka ei kiinnosta lukijoita. Toisin sanottuna verkossa tilaa ei tarvitse täyttää turhilla uutisilla. Myös mahdollisten virheiden korjaaminen jää kiireessä vähemmälle. Toisaalta juttua voi korjata tai jatkaa vielä jälkikäteenkin. Helppo korjattavuus voi johtaa myös siihen, että juttuja julkaistaan välittämättä virheistä, ja ajatellaan, että mahdollisen virheen ehtii korjata julkaisemisen jälkeenkin. (Kuusisto ym. 1999, 92.)

Verkkolehden suuri etu verrattuna sanomalehteen on juttujen helppo päivittäminen. Verkkolehdessä ilmestyvien uutisjuttujen päivittäminen on hyvin yleistä. Juttua päivitetään yleensä sitä mukaa, kun asiasta saadaan uutta tietoa. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 92.) Tämä on ollut suuri apu esimerkiksi syyskuun 11. terrori-iskujen tai Norjan Anders Breivikin tekemien massamurhien kaltaisten tragedioiden uutisoinnissa. Usein tämänkaltaisissa uutisissa lehdestä aamulla luettu tieto on jo useamman tunnin vanhaa. Verkossa tietoa pystytään päivittämään jatkuvasti ja pitämään uutisointi luotettavana.

2 Verkko-Karjalainen

2.1 Nykyiset työkäytännöt

Verkko-Karjalainen tavoittaa viikoittain keskimäärin lähes 50 000 lukijaa. Tällä hetkellä Karjalaisessa ei ole erillistä verkkotoimitusta. Verkko-Karjalaista päivittävät useat eri tahot. STT:n uutiset tulevat Verkko-Karjalaiseen automaattisesti, ja ne ovat usein kotimaan uutisia. Verkkolehden maakuntauutisten päivittämisestä huolehtivat arkisin pääasiassa toimitussihteerit ja uutistoimituksen iltavuorossa oleva toimittaja. Toimitussihteerien työpäivät ovat usein hyvin hektisiä jo pelkästään lehden taittamisen vuoksi. Verkkolehden päivittäminen jää usein vähemmälle huomiolle. Myös sanomalehtitoimittajien tulisi julkaista kirjoittamastaan sanomalehtijutusta verkkosähke. Nimitystä verkkosähke käytetään yleisesti Karjalaisen toimituksessa ja myös monissa muissa lehtitaloissa. Sillä tarkoitetaan verkkolehden tarpeisiin sopivaksi editoitua uutisjuttua. Käytän selvyden

vuoksi opinnäytetyössäni tätä termiä puhuttaessa verkkolehteen julkaistavista uutisjutuista.

Karjalaisen toimituksessa verkkosähkeen tekemiseen ei ole olemassa ”virallisia” velvoitteita. Kun itse aloitin Karjalaisessa kesätoimittajana, minulle näytettiin kylä, kuinka sähkö laitetaan verkkolehteen, mutta ohjeistusta siitä, tehdäänkö kaikista sanomalehtijutuista verkkosähkö, en saanut. Kukaan ei myöskään ole erikseen vaatinut jutuistani sähköä etenkään jutun valmistusvaiheessa. Usein vasta silloin, kun juttu on jo julkaistu lehdessä, saattaa joku huomauttaa, että jutun olisi voinut laittaa myös verkkoon. Käytäntö tuntuu kuitenkin vieraalta, koska en ole saanut siihen koskaan kunnon ohjeistusta. Joskus kuulin sanottavan, että jos jutussasi on ”oikea” uutinen, pitää siitä tehdä myös verkkoon sähkö. Tämä on kuitenkin mielestäni hyvin tulkinnanvarainen ohjeistus. Verkkosähkeen tekemisen pitäisi olla kaavamaisista ja ohjeistettua, jotta toimittajat muistaisivat sen tehdä.

Pääsääntöisesti Verkko-Karjalaisen päivittäminen otetaan toimituksen yhteisissä aamupalaverieissa huonosti esille. Päätoimittaja Pasi Koivumaa muistaa silloin tällöin kysyä toimitussihteeriltä ”Onko verkossa tänään mitään erikoista?” Kysymykseen toimitussihteerillä vastaa useimmiten: ”Ei mitään erikoista”. Verkkolehden sisältö käydään aamupalaverissa läpi hyvin harvoin ja silloinkin vain muutamalla lauseella. Verkon päivittämisellä pitäisi olla suurempi rooli toimituksen aamupalaverieissa. Samalla kun pohditaan, mitä laitetaan sanomalehteen, voitaisiin pohtia, mitä maakunnan uutisjuttuja laitetaan Verkko-Karjalaiseen. Näin toimittajat tietäisivät jo aamulla varautua kirjoittamaan lehtijutustaan myös verkkosähkeen. Tämä käytäntö velvoittaisi toimittajat kirjoittamaan verkkosähkeen sanomalehtijutustaan.

Konsernin sähköistä liiketoimintaa harjoittavan Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n toimituksellinen osasto K5 on ruvennut päivittämään Karjalaisen verkkolehdeä entistä aktiivisemmin. K5 tekee verkkoon lähes päivittäin uuden uutisvideon, joka nostetaan etusivulle muiden uutisjuttujen joukkoon. Uutisvideot ovat tuoneet verkkolehteen kaivattua monikanavaista ja sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä. Tiedonkulku sanomalehden toimituksen ja K5:n toimituksen vä-

lillä kuitenkin takkuilee. K5:n toimittajat eivät osallistu sanomalehden toimituksen aamupalavereihin, joten he eivät välttämättä tiedä, mitä sanomalehteen laitetaan kunakin päivänä. Tämä voi johtaa siihen, että K5:n ja Karjalaisen toimitukset tekevät samoja juttuja päällekkäin. Jos K5:n toimittajat osallistuisivat aamupalavereihin, he voisivat saada lisäksi uusia näkökulmia juttuihinsa ja tehdä yhteistyötä sanomalehden toimittajien kanssa. Varmasti myös yhteishenki paransi näiden kahden osapuolen kesken yhteistyön myötä.

2.2 Sanomalehden ehdoilla

Verkko-Karjalaisen maakuntauutisten sisältö koostuu pääosin poliisin ja pelastuslaitoksen tiedotteiden pohjalta tehdyistä uutisista. Silloin tällöin verkkolehdessä julkaistaan myös sanomalehden juttuja lyhenneltynä eli niin sanottuja teasereita. Verkkolehden ja sanomalehden jutut eivät kuitenkaan eroa toisistaan, lukuun ottamatta K5:n uutisvideoita. Se mikä on luettavissa verkkolehdestä, löytyy myös sanomalehdestä. Tämä voi johtaa pahimmassa tapauksessa siihen, että verkkolehti vie sanomalehdeltä lukijoita. Keskisuomalaisen nykyinen verkkotoimituksen esimies Kirsi Hakaniemi (o.s. Ahvenainen) kirjoitti vuonna 2004 julkaisemassaan pro gradussaan *Sanomalehden monikanavainen uutistoimitusprosessi. Tapauksena sanomalehti Keskisuomalainen:*

Keskisuomalaisen uutisorganisaatio toimii sanomalehden ehdoilla. Juttuja ideoidaan ja tuotetaan pelkästään lehden tarpeisiin, vaikka sisältöä tuotetaan myös näköislehteen, verkkolehden, online- ja mobiilipalveluun, sähköiseen arkistoon ja televisioon. Kun sanomalehden juttu on valmis, siitä editoidaan oma versio internetiin ja mobiililaitteeseen. (Ahvenainen 2004, 42.)

Hakaniemen kuvailema tilanne on yhä nykypäivää Sanomalehti Karjalaisessa. Ongelmana monikanavaisuudessa on varsinkin resurssien puute. Sen vuoksi esimerkiksi internetiin ei ole mahdollista kehittää omaa sisältöä, vaan sanomalehteen ideoitua ja tuotettua sisältöä monistetaan muihin jakelukanaviin. Tällöin kanavien erityispiirteitä ei oteta toimitusprosessissa huomioon. Mediatyhtiöissä olisikin tärkeää pohtia, missä määrin jokaiseen jakelukanavaan suunniteltaisiin omaa sisältöä niin, ettei jatkuvasti toimittaisi pelkästään kantajulkaisun ehdoilla, samaa sisältöä kierrättäen. (Ahvenainen 2004, 98.)

Kun mediat kilpailevat yleisöstä julkaisemalla verkkoon samoja sisältöjä kuin sanomalehdessään, ne jakavat ilmaiseksi sitä tuotetta, johon niiden talous perustuu. Tätä epätervettä kehitystä kutsutaan *kannibalisaatioksi* (Jörgensen 2009, 54.) Sanomalehden ja verkkolehden sisällön eriyttäminen toisistaan tulee yhä ajankohtaisemmaksi, kun hallitus on nyt päättänyt nostaa sanomalehden arvonlisäveroa nykyisestä nollasta yhdeksään prosenttiin. Helsingin Sanomien päätoimittaja Mikael Pentikäinen uskoo arvonlisäveron iskevän etenkin aikakaus- ja paikallislehtiin. Ennen eduskunnan 23. marraskuuta 2011 tekemää päätöstä nostaa sanomalehtien arvonlisäveroa Pentikäinen kirjoitti Helsingin Sanomien kolumnissaan näin:

Jos hallitus nostaa lehtitilausten arvonlisäveroa yhdeksään prosenttiin, se johtaa väistämättä alan työpaikkojen vähentymiseen ja ehkä kymmenien pienten paikallis- ja aikakauslehtien kuolemaan. Viestinnän keskusliitto pelkää, että lehtiä kuolee satoja ja työpaikkoja menee tuhansia, pahimmillaan 30 prosenttia alan työvoimasta. (Pentikäinen 2011.)

Olisikin erityisen tärkeää, että sanomalehti erottuisi edukseen oman mediansa verkkolehdestä, jotta lukijat jatkaisivat sanomalehden tilaamista eivätkä siirtyisi ainoastaan verkkolehden lukijoiksi. Verkkolehden on tarkoitus tukea sanomalehteä, ei kopioida sitä. Parhaimmillaan monipuolinen verkkojulkaisu houkuttelee myös päätuotteelle eli sanomalehdelle uusia lukijoita. Esimerkiksi uudelle paikkakunnalle muuttava perhe tutustuu varmasti ensin alueen päämedian verkkolehteen ennen kuin tekee päätöksen sanomalehden tilaamisesta.

2.3 Verko-Karjalaisen kehitys

Karjalaisen verkkolehteä alettiin julkaista vuonna 1997, ja jo alkuvaiheessa sen voi olettaa saaneen osansa printti-Karjalaisen myönteisestä imagosta (Mikkonen & Turunen 2004, 21). Karjalaisessa toimi erillinen verkkotoimitus vuosina 2001–2002. Verkkotoimitusta pyöritettiin noin puolentoista vuoden ajan kahden hengen voimin, kun Karjalainen toimitti Susiraja TV:lle (nykyään K5) sähköuutisia. Tämä tarkoitti sitä, että Susiraja TV maksoi osan kuluista. Susirajan sivustosta käytettiin termiä portaali. Joensuun Puhelimen tytäryhtiön Joensuun Tie-

toverkon ja Karjalaista kustantavan Pohjois-Karjalan Kirjapainon lisäksi verkkohankkeessa olivat mukana Pohjois-Karjalan liitto ja Karjalan Heiliä kustantava Karelian Viestintä.

Verkkotoimittajina toimivat tuolloin Karjalaisen toimittajat Matti Siippainen ja Teija Laurinoli. Verkkotoimittajat työskentelivät kahdessa vuorossa kello 7.00–19.00. Verkkotoimittajat päivittivät uutissisältöä Karjalaisen verkkosivuille, Susiraja TV:n sivuille ja teksti-tv:hen. He suunnittelivat, toteuttivat ja ylläpitivät kilpailuja, vuorovaikutteista verkkovieraspalstaa, verkon matkapäiväkirjoja sekä erilaisia ylimääräisiä sisältöjä. Lisäksi verkkotoimittajat huolehtivat verkkolehden arkistoitavan sisällön arkistoisesta, kuten kulttuuriarvosteluista, juttusarjoista ja otteluselostuksista. Tehtäviin kuului myös vinkkipuhelimeen vastaaminen ja poliisikierron soittaminen aamuisin ja iltapäivisin. Verkkosähkeitä tehtiin myös etukäteen. Tällöin ne voitiin julkaista automaattisesti ajastettuina esimerkiksi viikonloppuisin, jolloin verkkotoimittajat eivät olleet töissä. Jo tätä ennen Karjalaisessa toimi yksi verkkotoimittaja. (Siippainen 2012.)

Syyskuussa 2002 verkkotoimitus päätettiin lakkauttaa. Toimituksen johdon strategian mukaan verkkotoimittamisen tuli kuulua toimituksen normaaliin päivärutiiniin eli siitä ei saanut tulla ylimääräisiä kuluja. Toisaalta verkkolehdestä ei tullut tulojakaan. Verkkolehden laatu heikkeni heti lakkauttamisen jälkeen. Uutisten päivitys muuttui epäsäännölliseksi, eikä uusia uutisia ilmestynyt verkkoon esimerkiksi aamuisin ennen kello 9:ää eikä juuri illallakaan. Verkkolehdessä ei myöskään julkaistu enää ennakkouutisia eikä nopeita väliaikatietoja esimerkiksi onnettomuuksista tai päivän tapahtumista. Vuoden kokeilun jälkeen erillistä verkkotoimitusta ei Karjalaisessa ole ollut. (Siippainen 2012.)

Verkko-Karjalaisen oli tarkoitus uudistua ensimmäisen kerran jo vuonna 2004. Tällöin Sanomalehti Karjalainen Oy:n silloinen markkinoinnin kehityspäällikkö Ilkka Korjus kaavaili osan verkkolehden sisällöstä muutettavan maksulliseksi. Hän suunnitteli, että jotkin verkkolehden sisällöt vaatisivat rekisteröinnin ja arkistoa ruvettaisiin hyödyntämään kaupallisesti. Näin ei kuitenkaan käynyt. Verkko-Karjalaisen kaikki sisältö on yhä lukijoille ilmaista. Korjus kaavaili myös, että Verkko-Karjalaisen sisältö tulisi jatkossa eriytymään sanomalehden sisällöstä

radikaalisti. Suurin muutos olisi se, että sisältöä ei enää jatkossa ”lapioitasi” suoraan lehdestä verkkoon. (Mikkonen & Turunen 2004, 59.) Tässä Karjalaisella on edelleen tekemistä. Sanomalehden juttuja julkaistaan yhä verkkolehdes- sä, eikä Verkko-Karjalainen tarjoa lukijoilleen juurikaan sanomalehden sisällöstä poikkeavaa sisältöä.

Verkko-Karjalaisen vuodeksi 2004 kaavailtu uudistus toteutui kolme vuotta myöhemmin. Karjalaisen 10 vuoden ikään ehtinyt verkkolehti sai uuden ilmeen vuonna 2007. Verkkolehden ulkoasu, sisällön jaottelu ja tekninen alusta uusittiin tuolloin täysin. Entiseen verkkolehteen ei saanut syötettyä mainoksia, joten uu- distettuun verkkopalveluun asennettiin mainostenhallinta. Sivuston sisältömää- rää kasvatettiin muutenkin rajusti entisestään. (Utriainen 2011.) Nykyinen Verk- ko-Karjalainen on peruja tästä uudistuksesta. Verkkolehdes- sä pyrittiin tuolloin panostamaan yhteisöllisyyteen. Jokaisesta juttuaiheesta pystyi jo tuolloin aloit- tamaan keskustelun *Aloita keskustelu* -kohdasta. Todellisuudessa tätä toimin- toa on käytetty hyvin vähän, mikä voi johtua osittain toiminnon monimutkaisuus- desta. Karjalaisen uutta verkkolehteä tekivät tuolloin uutistuottaja Sari Vanninen ja järjestelmäasiantuntija Matti Mäkijärvi. Ulkoasun suunnitteli Riikka Kurki, joka työskenteli graafikkona ja valokuvaajana Karjalaisen visuaalisessa toimitukses- sa. K5:stä uuden verkkolehden suunnitteluun osallistuivat Jyrki Utriainen ja Antti Hirvonen. (Vanninen 2007.) Vuoden 2007 uudistuksen jälkeen Verkko- Karjalaisen järjestelmässä on tehty pieniä päivityksiä.

Vuonna 2009 Verkko-Karjalaisen viikoittainen kävijämäärä lähenteli jo 50 000 eri kävijää. Verkkolehden ilmaissisältöä pyrittiin eriyttämään paperilehden sisäl- löstä, ja verkkolehteen kehitettiin vuoden 2009 aikana muuta palvelusisältöä, muun muassa yritysten omia tarjousuutisia sisältävä yrityshakemisto. Verkkolehden keskusteluosioon sai toukokuun 2009 jälkeen kirjoittaa ainoastaan omal- la nimellään; tämä maakuntalehtien joukossa ensimmäisenä tehty muutos ei vähentänyt verkkolehden kävijämääriä. (Moilanen & Hynynen 2009, 10.)

Vuoden 2011–2012 vaihteessa Verkko-Karjalainen sai jälleen neljän vuoden jälkeen uuden ulkoasun ja järjestelmän. Uusi verkkopalvelu julkaistiin 3.1.2012. Verkkopalvelun uudistus tarkoittaa sitä, että vanhan alustan tilalle julkaistiin ko- konaan uusi järjestelmä eli eri tekniikkaan perustuva palvelu. Uudistuksessa yh-

teistyökumppanina on toiminut Fiare Oy, joka jää myös ylläpitoon ja kehittäjäksi Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n rinnalle. Fiare Oy on helsinkiläinen verkkopalveluiden suunnitteluun ja toteuttamiseen erikoistunut yritys (Fiare Oy 2011). Määrittelyissä on käytetty asiantuntijana Pertti Kaijasiltaa. Karjalaisen puolelta projektipäällikkönä on toiminut Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n verkkotuottaja Arttu Romo. Lisäksi toimitusjohtaja Jyrki Utriainen on valvonut projektia ohjausryhmässä. Mukana on ollut myös useita muita toimijoita. Muun muassa asiakaspalvelun sivuja on ollut määrittelemässä 6–7 henkilöä. (Utriainen 2011.)

Vuoden 2011–2012 vaihde oli muiltakin osin uuden opettelua Sanomalehti Karjalaisen toimituksessa. Sanomalehti Karjalainen siirtyi yhteistyökumppaniensa Keski-suomalaisen, Savon Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien mukana käyttämään uutta toimitusjärjestelmää Anygraafin Neoa. Sanomalehti Karjalainen otti uuden toimitusjärjestelmän käyttöönsä lehtinelikon ensimmäisenä 7.12.2011. Ratkaisuun päättymisen taustalla on lehtien mittava ja yhä lisääntyvä yhteistyö. Anygraafin työkalut tarjoavat mahdollisuudet konsernien rajat ylittävään yhteistyöhön muun muassa suunnittelutiedon entistä aikaisemmin jakamisen ja toimituksellisten resurssien tehokkaamman käytön ja hallinnan muodossa. (Anygraaf 2010.)

Neo on kehysjärjestelmä, joka on muokattavissa eri käyttötarpeisiin. Neossa on ominaisuuksia, jotka helpottavat nopeaa tiedonvälitystä useisiin kanaviin. (Anygraaf 2011.) Verkkosähkeen julkaisu on uudessa järjestelmässä huomattavasti helpompaa ja nopeampaa kuin vanhassa Doris-järjestelmässä.

Neo kerää kaiken toimituksellisessa työssä tarvittavan tiedon yhteen konsoliin. Sivusuunnittelu valmistuu Plannerissa, ja äkillisiin muutoksiin voidaan reagoida ja tuottaa nopeasti sisältöä eri kanaviin. Ennakoivan taiton konsepti vahvistaa omalta osaltaan Neon toimivuutta nykyaikaisessa sanomalehtitoimituksessa. Myös verkkolehden päivittämisestä on tehty helpompaa uudessa toimitusjärjestelmässä. Verkkosähkeen voi kirjoittaa nyt samassa näkymässä kuin lehtijutunkin. (Anygraaf 2011.)

2.4 Lehtikoalitio

Sanomalehti Karjalainen kuuluu kolmen muun maakuntalehden Savon Sanomien, Keskisuomalaisen sekä Etelä-Suomen Sanomien kanssa yhteiseen lehtikoalitioon. Karjalaisen levikki vuoden 2010 levikintarkistuksen mukaan on 45 584. Etelä-Suomen Sanomien levikki on 58 400. Savon Sanomien levikki on toiseksi suurin, 61 546, ja Keskisuomalaisen levikki on suurin, 68 880. (Levikintarkistus 2010.)

Keskisuomalainen on maan viidenneksi suurin sanomalehti ja Keski-Suomen maakunnan päälehti. Keskisuomalainen tavoittaa paperilehdellä ja sähköisillä versioillaan yhteensä noin 220 000 lukijaa. Keskisuomalainen on Suomen vanhin suomenkielinen sanomalehti. Lehti täyttää tänä vuonna 140 vuotta. Keskisuomalaisen vastaava päätoimittaja on Pekka Mervola ja varapäätoimittaja Inkeri Pasanen. Lehti kuuluu Keskisuomalainen Oyj:hin. (Anygraaf 2010.)

Savon Sanomat on Kuopiossa ilmestyvä seitsemänpäiväinen sitoutumaton sanomalehti, jonka päälevikkialuetta ovat Pohjois-Savo ja Etelä-Savon pohjoisosat. Lehti perustettiin alun perin maalaisliiton äänenkannattajaksi ja vaalilehdeksi vuonna 1907. Savon Sanomat tavoittaa painetuilla ja sähköisillä versioillaan noin 200 000 lukijaa. Savon Sanomien päätoimittaja on Jari Tourunen. Lehti kuuluu Keskisuomalainen Oyj:hin. (Anygraaf 2010.)

Lahdessa ilmestyvä Etelä-Suomen Sanomat on maan seitsemänneksi suurin lehti ja Päijät-Hämeen päämedia. Etelä-Suomen Sanomat tavoittaa paperilehdellä ja sähköisillä versioillaan noin 170 000 lukijaa. Etelä-Suomen Sanomat juhli viime vuonna 110-vuotista taivaltaan. Etelä-Suomen Sanomien päätoimittaja on Heikki Hakala. Lehden kustantaja on Esan Kirjapaino Oy. (Anygraaf 2010.)

Keskisuomalainen, Savon Sanomat ja Karjalainen ovat tehneet tiivistä toimituksellista yhteistyötä vuodesta 2001. Yhteistyö näiden kolmen lehden kesken juontaa juurensa vuoteen 1998, jolloin ne sekä Seinäjoen Ilkka ja Vaasan Poh-

jalainen alkoivat julkaista yhteistä sunnuntaisivustoa, Sunnuntaisuomalaista. Lisäksi Väli-Suomen lehdillä ja Turun Sanomilla on yhteinen Helsingin toimitus. Vuonna 2010 lahtelainen Etelä-Suomen Sanomat liittyi mukaan Keski-suomalaisen, Savon Sanomien ja Karjalaisen yhteistyökoalition. Vuodesta 2010 yhä tiivistynyt yhteistyö perustuu juttujen, juttukokonaisuuksien ja kokonaisten sivujen vaihtoon. Keski-suomalaisen päätoimittaja Pekka Mervolan mukaan tällä neljän maakuntalehden yhteistyöllä on ollut tarkoitus monipuolistaa ja parantaa lehtien sisältöä. ”Paikalliset ja maakunnalliset uutiset seuraamme tarkasti oman toimituksen voimin. Kotimaan ja maailman uutisten seuraamiseen saamme voimaa yhteistyöstä”, hän perusteli. (Lehti 2009.)

Verkkolehtiin yhteistyö ei vielä tällä hetkellä ulotu. Karjalainen ei vaihtele verkossa ilmestyviä juttujaan muiden verkkolehtien kanssa, ainakaan aktiivisesti. Tämä voi johtua osittain siitä, että verkkolehteen laitettavat toimituksen omat jutut ovat usein hyvin maakuntasidonnaisia eivätkä näin keräisi lukijoita muualla Suomessa. Toisaalta verkkolehdissä voisi toimia yhteistyö, jossa vaihdellaan valtakunnallisesti merkittäviä uutisjuttuja. Karjalainen uutisoi 22.9.2011 verkkolehdessään Joensuun Normaalikoululla sattuneesta pommiuhkauksesta, joka kuitenkin todettiin myöhemmin aiheettomaksi. (Verkko-Karjalainen 2011). Uutinen aiheutti myös valtakunnallista kiinnostusta eri medioissa. Tällaisissa tilanteissa yhteistyökumppanilehdet voisivat käyttää samaa uutista heti sivuillaan, tietysti mainitsemalla alkuperäisen lähteen.

3 Tutkimusmenetelmien esittely

3.1 Toimitussihteerien haastattelut

Lähdin selvittämään, vaatiiko Verkko-Karjalaisen päivittäminen työkäytäntöjen tehostamista. Toimitussihteerien vastausten perusteella pystyin todistamaan myös Karjalaisen johdolle pitämässäni esityksessä, että en ole keksinyt itse ongelmaa, vaan samaa mieltä ovat monet muutkin. Valitsin haastateltaviksi nimenomaan toimitussihteerit, koska heidän vastuullaan Verkko-Karjalaisen päivittäminen pääasiassa on. Haastattelin kaikki viisi vakituista toimitussihteeriä.

Toteutin haastattelun sähköpostitse. Esitin haastateltaville viisi tarkoin mietittyä avointa kysymystä (ks. liite 2). Ajattelin, että sähköposti oli tässä tapauksessa erittäin hyvä haastattelumenetelmä. Sain nopeasti tärkeää tietoa relevanteilta haastateltavilta. Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki haastateltavat ilmoittivat minulle, että heidän nimeään saa käyttää tutkimustarkoitukseen. Päätin kuitenkin olla paljastamatta vastaajien henkilöllisyyttä vastauksissa, koska yksi vastaaja sitä vastusti. Tärkeämpää minulle oli pitää yhtenäinen linja. Tulin myös siihen tulokseen, että henkilöllisyyden paljastaminen ei sinänsä tuo vastauksiin lisää arvoa. Vastaukset ovat yhtä arvokkaita vastaajasta riippumatta, koska kaikilla vastaajilla on sama asema.

Sähköpostihaastattelun etuna on selkeästi sen nopeus ja helppous. Haastattelun avulla saa suoria sitaatteja, ja lisäksi haastattelu tallentuu automaattisesti. Haastattelukysymykset on helppo lähettää monelle eri vastaajalle. Lisäksi sähköpostin avulla tavoittaa henkilöitä, joita ei ehkä saa esimerkiksi puhelimeen. Sähköpostiviestiin vastaaminen ei sido vastaajaa mihinkään tiettyyn kellon aikaan. (Hillamo & Kunttu 2002.) Tämä oli myös suurin syy, miksi valitsin sähköpostin haastattelun tekemiseen. Toimitussihteerien työ on kiireistä, joten en voinut vaivata heitä työajalla esimerkiksi kasvokkain haastattelulla.

Haastateltavat vastasivat kysymyksiini muutaman päivän sisällä kattavasti. Kysyin kaikilta haastateltavilta samat kysymykset. Kysymyksissä pyrin kartoittamaan toimitussihteerien asennoitumista verkkolehden päivittämiseen. Kysyin myös heidän työmäärästään ja siitä, jääkö heillä verkkolehden päivittämiseen tarpeeksi aikaa sanomalehden tekemisen ohessa.

Sähköpostia pidetään usein epäpersoonallisena tapana kommunikoida. Suuri osa informaatiosta hukkuu matkalla päätteeltä toiselle. Haastattelusta jäävät pois kasvonilmeet, äänenpainot, ruumiinkieli sekä spontaanit jatko- ja lisäkysymykset. Sähköpostin avulla on siksi liki mahdotonta saada haastateltavasta esiin jotain olennaisesti uutta ja tärkeää, jonka ilmaiseminen on hänelle kiusallista tai vaikeaa. (Hillamo & Kunttu 2002.) Oletin itsekini näin, kunnes sain vastaukset toimitussihteereiltä. Jokaisesta vastauksesta kumpusi vastaajan per-

soona, vaikka äänenpainot ja ruumiinkieli puuttuivatkin. Vaikka kysymykset olivat hieman hankalia, olivat toimitussihteerit osanneet vastata kysymyksiin niin että, sain erittäin tärkeää ja uutta tietoa heidän työstään ja asenteistaan. Uskon, että tähän vaikuttaa myös heidän ammattinsa. Toimittaja osaa usein ilmaista itseään jopa paremmin kirjallisesti kuin suullisesti.

3.2 Verkkovastaavien haastattelut

Toinen tutkimusmenetelmäni oli Savon Sanomien, Keski-suomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimitusten päälliköiden haastattelemine. Tutkimusmenetelmän avulla hankin aineistoa opinnäytetyöni tietopohjaksi. Tein haastattelut puhelimen välityksellä, sillä en päässyt paikan päälle haastattelemaan. Puhelinhaastattelua käytetään yleensä silloin, kun fyysinen haastattelutilanne ei ole mahdollinen. Kehon kieltä ei voi havaita puhelimitse, mutta siitä huolimatta sillä on paljon yhteistä kasvokkain tapahtuvan haastattelun kanssa. Esimerkiksi haastattelija ja haastateltava ovat kielellisessä vuorovaikutuksessa, jolloin kummallakin on mahdollisuus esittää kommentteja ja kysymyksiä tarpeen vaatiessa. Puhelinhaastattelu on yleensä melko strukturoitu haastattelu. (Vuorela 2005, 40.)

Sovimme kunkin verkkovastaavan kanssa sopivan ajan haastattelulle. Arvioin jo etukäteen haastattelun keston, jonka ilmoitin myös haastateltavalle. Lisäksi lähetin haastateltaville haastattelukysymykset etukäteen sähköpostitse, jolloin heille jäi aikaa miettiä vastauksiaan etukäteen (ks. liite 1). Moni kysymys vaati haastateltavilta faktatiedon varmistamista, joten mielestäni oli aiheellista antaa haastateltaville mahdollisuus valmistautua haastatteluun etukäteen. Haastattelin kunkin verkkovastaavan yksitellen aloittamalla tutuimmasta eli Etelä-Suomen Sanomista.

Nauhoitin haastattelun sanelukoneella, sillä olen melko hidas kirjoittamaan muistiinpanoja samalla kun kuuntelen. Sanelukoneelle tallentuvat myös keskustelun tunnelma ja vastaajan äänenpainot, joita analysoimalla voi punnita vastauksien luotettavuutta. Lisäksi pystyin palaamaan haastatteluihin aina tarpeen

vaatiessa, kun ne löytyivät tietokoneeltani. Haastattelussa käytin ainoastaan avoimia kysymyksiä. Avoimessa haastattelussa haastattelija selvittää haastateltavan ajatuksia, asenteita ja mielipiteitä sitä mukaa kun ne tulevat aidosti esille keskustelussa. (Hirsjärvi ym. 2000, 196.) Avoimet kysymykset ovat hyödyllisiä esimerkiksi kysyttäessä käyttäjältä kriittisiä käyttötilanteita systeemiä käytettäessä. Avoimet kysymykset tuottavat hedelmällistä tietoa varsinkin, jos järjestelmä on todella hyvä tai huono, sillä vapaasti vastatessaan haastateltavalla on mahdollisuus kehua tai kritisoida järjestelmää, ja näin syntyy usein runsaasti aineistoa. (Vuorela 2005, 46.)

Kysymysten asettelu vaikuttaa paljon haastattelun tuloksiin. Menetelmissä, joissa kysymykset on valmiiksi muotoiltu, tulee miettiä erityisen paljon ennakkoon kysymysten muotoa ja asetteluja. Kysymysten tulee olla lyhyitä, sillä pitkiä kysymyksiä on vaikea muistaa. Kaksiosaisia kysymyksiä tulisi välttää, varsinkin sellaisia, joissa kysytään kahta eri asiaa kerralla. Kysymyksissä tulee pyrkiä käyttämään ymmärrettävää kieltä, jotta välttyttäisiin haastateltavien väärinymmärtämiseltä. Kysymykset eivät saa olla myöskään johdattelevia tai tuoda esille haastattelijan omaa mielipidettä. (Vuorela 2005, 46.) Sinänsä tasapuolinen ja hyvä kysymys on mahdollista pilata epätasapainoisella skaalalla, tai vastausvaihtoehdoiltaan moitteeton kysymys voi olla kohtuuttoman yksipuolinen. Kysymyksenasettelu on helposti johdatteleva, jos kysymykseen sisällytetään esimerkiksi mielipiteiden tai toimenpiteiden valittuun suuntaan ohjaavia sanavalintoja. Valitettavan tavanomaista on kysyä "kuinka tärkeinä pidätte seuraavia asioita?" jolloin haastateltava korostaa vastauksessaan kaikkien asioiden tärkeyttä. (KvantiMOTV 2010.)

Maakuntalehtien verkkovastaavien vastauksista hain tietoa heidän toimituksiensa työkäytännöistä. Toisaalta halusin myös kartoittaa heidän mielipiteitään verkkotoimituksesta ja sen toimivuudesta. Kysyin muun muassa heidän kokemuksistaan työkäytännöistä ja siitä, mitä hyviä ja mitä huonoja puolia verkkotoimitus on työkäytäntöihin tuonut. Halusin myös selvittää, miten verkkotoimitukset käytännössä toimivat, jotta voisin poimia vastauksista käytäntöjä, joita voisi soveltaa myös Karjalaisessa. Vertasin vastauksia toisiinsa hakemalla yhtäläisyyksiä eri verkkovastaavien vastauksista.

3.3 Alustus Karjalaisen johdolle

Kolmas ja viimeinen opinnäytetyöni tutkimusmenetelmä oli Karjalaisen toimituksen johdolle pitämäni alustus ja sen pohjalta käyty ryhmäkeskustelu. Esityksessäni toin esille Karjalaisen toimitussihteerien tuntemuksia nykyisistä työkäytännöistä sekä yhteistyökumppanilehtien verkkovastaavien kokemuksia ja mielipiteitä erillisestä verkkotoimituksesta. Nauhoitin alustuksen pohjalta käydyn ryhmäkeskustelun, jonka avulla kartoitin toimituksen johdon tuntemuksia ja asenteita tämänhetkisistä työkäytännöistä verkkolehdestä. Keskusteluun osallistui Karjalaisen päätoimittaja Pasi Koivumaa, toimituspäällikkö Kari Kontkanen sekä opinnäytetyöni toimeksiantajan edustaja ja Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n toimitusjohtaja Jyrki Utriainen.

Ennen esitystäni lähetin kaikille keskusteluun osallistuville tiivistelmän opinnäytetyöni sisällöstä, jolloin he pystyivät valmistautumaan tilaisuuteen jo etukäteen (ks. liite 4). Näin he pystyivät myös miettimään keskustelun kulkua etukäteen. Kerroin heille myös etukäteen, että käytän esitystä ja sen pohjalta käytyä ryhmäkeskustelua yhtenä opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä. Kokosin esitelmäni pääosin toimitussihteerien vastausten sekä verkkovastaavien haastattelujen pohjalta.

Lähdin tavoittelemaan lyhyttä ja vakuuttavaa esitystä. Vakuuttavuus oli näistä kahdesta ylivoimaisesti vaikeammin tavoiteltava. Yleisti ajatellaan, että nuoren ääni on epäpätevä ja epäluotettava (Kallio 2006, 66). Näin on silloin, jos vastapuolella kuuntelemassa kokeneita ja vaikutusvaltaisia henkilöitä. Käytin esityksessäni apuna auktoriteettiin vetoamista, mikä helpotti paljon muuten melko hankalaa asetelmaa. Auktoriteettiin vetoamisessa asiaa perustellaan asiantuntijan tai luotettavan henkilön näkemyksellä. Auktoriteetin mielipiteet, kokemukset tai asiaan liittyvät tutkimukset rakentavat perustelun sisältöä. Perustelun teho riippuu siitä, arvostavatko kuulijat auktoriteettihenkilöä. (Kallio 2006, 71.) Uskon, että esitykseni onnistumisen kannalta keskeisessä osassa oli juuri se, että Karjalaisen johdolle tarpeeksi vakuuttavana auktoriteettina toimivat yhteistyökumppaneiden verkkovastaavat sekä Karjalaisen toimitussihteerit. Myös minun oli

helppo esittää näkemyksiä, jotka olivat lähtöisin kokeneilta ja asiantuntevilta henkilöiltä. Pyrin perustelemaan myös omia mielipiteitäni haastateltaviltani saatujen tietojen avulla. Hyvien perustelujen lisäksi huomiota herättää vahva visio. Tavoitteista on kerrottava realistisesti, mutta rimaa ei saa asettaa liian matalalle. Myös riskeistä pitää kertoa totuudenmukaisesti. (Puustinen 2010.)

Noin 20 minuuttia kestäneen esitykseni jälkeen halusin ottaa selvää siitä, mitä mieltä Karjalaisen toimituksen johto on toimitussihteerien vastauksista sekä haastattelemieni verkkovastaavien kokemuksista ja niiden pohjalta suunnittelemani toimintasuunnitelmasta. Lisäksi kysyin, millaisia uudistuksia työkäytäntöihin toimituksen johto olisi valmis tekemään verkkouudistuksen myötä. Kysyin myös, pitääkö johto tarpeellisena erillistä verkkotoimitusta. Johdattelin keskustelua avoimilla kysymyksillä. Avointen kysymysten kautta sain parhaiten hahmotettua, minkälainen tilanne lehdessä on verkkojournalismin suhteen ja minkälainen käsitys johdolla on verkon mahdollisuuksista.

Mielestäni ryhmäkeskustelu oli luonnollinen siirtymä alustukseni jatkoksi. Ryhmäkeskustelun käyttö tutkimusmenetelmänä on lisääntynyt viime vuosina. Ryhmässä suositellaan olevan 6–8 henkilöä. Tilanteessa käytetään hyväksi ryhmädynamiikkaa eli ihmisten vaikutusta toisiinsa haastattelutilanteessa. Ryhmähaastattelun etuna yksilöhaastatteluun verrattaessa on nopeampi tiedon saanti useammalta henkilöltä. Lisäksi keskustelu voi olla vilkkaampaa kuin yksilöhaastattelussa. Ryhmäkeskustelun ongelmaksi nähdään usein erilaiset valtasuhteet ja luonteet ryhmän sisällä. Esimerkiksi työyhteisössä työntekijän työasema voi vaikuttaa siihen, kuinka asiat ilmaistaan. Myös esimerkiksi luonteeltaan ujo henkilö ei välttämättä osallistu mielellään ryhmässä keskusteluun. Haastattelijan pitäisikin saada kaikki osapuolet puhumaan keskustelutilanteessa yhtä paljon eli välttää sitä, että yksi henkilö dominoi keskustelua. (Vuorela 2005, 40–41.)

3.4 Aineiston analysointi

Opinnäytetyöni on tutkimuksellinen. Pohjaan loppupäätelmäni itse keräämäni aineiston avulla saatuihin tuloksiin. Tutkimukseni pohjautuu aineistoon, jota

analysoin kvalitatiivisesti. Kvalitatiivinen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivinen tutkimus ei niinkään todenna jo olemassa olevia totuuksia, vaan mieluummin esittää tosiasioita. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2000, 152.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa, jossa aineistoa kerätään monissa eri vaiheissa ja usein rinnakkaisesti eri menetelmin, analyysia ei tehdä vain yhdessä tutkimusprosessin vaiheessa vaan pitkin matkaa. Aineistoa siis analysoidaan ja kerätään osittain samanaikaisesti. (Hirsijärvi ym. 2000, 208.)

Tutkimukseni pääasiallisena analyysimenetelmänä käytin sisällönanalyysia. Sisällönanalyysissä aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen, kuten olen tehnyt esimerkiksi liitteenä olevassa yhteenvetotaulukossa (ks. liite 3). Taulukossa vertailen tutkimiani verkkotoimituksia. Sisällönanalyysi on diskurssianalyysin tapaan tekstianalyysia, jossa tarkastellaan jo valmiiksi tekstimuotoisia tai sellaiseksi muutettuja aineistoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Kolmen muun maakuntalehden verkkovastavien haastattelun vastauksista hain samanlaisuutta ja toisaalta erilaisuutta. Pyrin saamaan tietoa siitä, mitä hyviä ja mitä huonoja puolia erillisessä verkkotoimituksessa kukin näkee. Toisaalta hain vastauksista puhtaasti tietoa heidän toimituksiensa työkäytännöistä. Aineiston käsittely perustuu loogiseen päättelyyn ja tulkintaan, jossa aineisto aluksi hajotetaan osiin, käsitteellistetään ja kootaan uudestaan uudella tavalla loogiseksi kokonaisuudeksi (Tuomi & Sarajärvi 2004, 110.)

Tutkimus ei ole valmis vielä silloin kun tulokset on analysoitu. Tuloksia ei pitäisi jättää lukijan eteen jakaumina ja korrelaatioina, vaan niitä olisi selitettävä ja tulkittava. Tulkinnalla tarkoitetaan sitä, että tutkija pohtii analyysin tuloksia ja tekee niistä omia päätelmiä. Lisäksi tuloksista on pyrittävä tekemään synteesejä. Synteesit kokoavat yhteen pääseikat ja antavat selkeät vastaukset asetettuihin kysymyksiin. Tutkijan tulisi myös liittää tutkimustulosten perusteella tehdyt johtopäätöksensä laajempaan merkitykseen. (Hirsijärvi ym. 2000, 211–212.)

4 Toimitussihteerien vastaukset

4.1 Ajankäyttö

Kysyin Karjalaisen toimitussihteereiltä heidän ajankäytöstään ja siitä jääkö heillä tarpeeksi aikaa verkkolehden päivittämiseen työvuorossa. Kaikki viisi haastatettavaa vastasivat, että aikaa ei jää tarpeeksi, koska lehden taittaminen ja juttujen oikolukeminen vie lähes kaiken ajan työvuorossa.

Ei jää riittävästi aikaa verkkolehden päivittämiseen. Verkkolehden päivittäminen kuuluu deskissä niin sanotulle premisihteerille, eli henkilölle, jonka pitää ehtiä työvuoron aikana seurata toimituksen sähköpostia (erittäin paljon postia), STT:n yleistä uutisvirtaa, tilannehuonetta, muita verkkolehtiä ja uutisportaaleja, taittaa etusivu ja ulkomaiden sivut sekä johtaa uutistoimitusta kello 16:n jälkeen. Verkkolehden päivityksiin jää todella vähän aikaa.

Toimitussihteerit joutuvat jopa jättämään lounaan väliin, jotta ehtisivät tehdä kaikki heidän vastuulleen kasatut työtehtävät:

Ei jää aikaa riittävästi. Työ tehdään muun työn ohessa periaatteella "jos on aikaa". En edes muista milloin olen pitänyt ruokataunon, ja se johtuu jo ihan paperilehden tekemisen aiheuttamista kiireistä. Aamuvuorossa yritän tehdä myös vähän verkkolehteä, enkä sen takia ehdi syödä. Aamuvuorossa verkkotyölle jää ajasta ehkä yksi kolmasosa.

Verkon aktiivinen päivittäminen ei mahdu toimitussihteerien työpäivään. Juttujen editoiminen verkonomaiseksi ei ole myöskään mahdollista lehden tekemisen lomassa.

Aikaa ei jää riittävästi päivä- eikä iltavuorossa. Verkkolehteähän voisi tehdä täysipäiväisesti, mutta Karjalaisessa se on vain yksi homma toimitussihteerien työkentässä. Ehdin kyllä pikaisesti lukea ja julkaista toimittajien tekemät sähkökuvat, mutta verkon aktiivinen päivittäminen (uutisten hakeminen, sähkökuvien ja niiden otsikoiden muokkaaminen, kuvien hakeminen jne.) jää liian vähälle. Tämä näkyy valitettavasti verkkolehtemme sisällössä, joka ei ole niin kiinnostavaa ja lukijoita houkuttelevaa kuin voisi olla.

Toimitussihteerit työskentelevät luonnollisesti sanomalehti etusijalla, koska sanomalehden ilmestymistä ei voi vaarantaa. Tällöin verkkolehti jää vähemmälle huomiolle.

Varsinkin iltavuorossa joutuu tinkimään verkkoon päivittämisestä, koska printtilehden ilmestymistä ei voi vaarantaa. Verkonomaisen materiaalin etsintään normaalin uutisvirran ulkopuolelta ei toimitussihteerivuorossa ole mahdollisuuksia.

Myöskään koulutuksen ei koettu vastaavan toimitussihteerin työnkuvaan liittyviä tehtäviä.

Koulutus nykyisiin tehtäviin ei ole ainakaan korostanut verkon päivittämisen tärkeyttä.

Myös uuden toimitusjärjestelmän Neon uskottiin lisäävän lehden tekoon käytettyä aikaa, etenkin kuin kirjaltajat jäivät eläkkeelle marraskuussa, jolloin lehden taittaminen jäi pääosin toimitussihteerien tehtäväksi.

Todennäköisesti järjestämuudistuksessa paperilehden tekemiseen käytetty aika kasvaa, koska esimerkiksi saatekaavioiden täyttely näyttää vievän paljon aikaa. Järjestelmämuudistus muuttaa myös verkkolehden päivittämistä luultavasti hitaammaksi.

Kirjaltaja-taittäjien jäädessä eläkkeelle sivut pitää jatkossa tehdä entistä valmiimmiksi, joten se lisää sivun taittamiseen menevää aikaa.

4.2 Vastuualueet

Kysyin toimitussihteereiltä, kenelle heidän mielestään verkkolehden päivittäminen kuuluu. Toimitussihteerit tiesivät omat vastuunsa hyvin.

Vastuu uutispäivityksestä on kullakin toimitussihteerillä vuorollaan. Aamuvuorossa oleva sihteeri päivittää nettiä klo 8–13, tämän jälkeen vastuu siirtyy välivuoron sihteerille klo 13–15.30 ja iltavuoroon tuleva päivittää siitä eteenpäin. Maanantaina vastuu on aamuvuoron toimitussihteerillä kello 15.30 asti, kunnes etusivun tekijä tulee töihin. Sunnuntaina päivittäminen alkaa klo 13.00, kun ensimmäinen sihteeri tulee töihin. Vastuu teknisestä ja muusta päivityksestä on uskoakseni K5:n.

Verkko-Karjalaista päivittävät toimitussihteerien lisäksi sanomalehtitoimittajat ja K5-mediat, mikä sekoittaa vastuualueita. Tieto verkkolehden päivittämisestä ei aina saavuta verkkolehden päivittämisestä vastuussa olevaa toimitussihteeriä. Tämä osoittaa, että verkkolehden etusivun päivityksen tulisi kuulua yhdelle vastuuhenkilölle, ei kolmelle eri taholle.

Jos muut päivittävät tällä hetkellä verkkoa, heidän tulisi kertoa siitä vastuulliselle päivittäjälle, mutta aina näin ei ole. Minun tietojen mukaan on sovittu, että verkon pääuutiset kulkisivat deskin kautta, koska varsinkin urheilun uutisten päivittämisen suhteen deski ja urheilu eivät välttämättä ole aina samaa mieltä uutisten mielenkiinnosta. Yleensä siten, että urheilu-uutinen voisi käydä jonkin aikaa meidän tärkeimpänä uutisena, vaikka osa toimitussihteereistä ei niin ajattelisi. Monesti myös K5-toimituksen puolelta tuleva videomateriaali, joka laitetaan verkkoon pääuutispaikalle, ei ole minun mielestäni ansainnut paikkaansa lehden verkkosivujen ykkösuutisena, mutta ainoa tapa päästä Karjalaisen etusivulle tuntuu olevan se, että se käy jossain vaiheessa koko lehden ykkösuutisena.

Haastateltavista kaksi ehdotti kysymyksen yhteydessä, että Karjalaiseen tarvittaisiin erillinen verkkotoimitus.

Olen ehdottomasti sitä mieltä, että Karjalaisen kokoisessa lehdessä pitäisi olla oma verkkotoimitus. Tarvitaan vähintään yksi verkkotoimittaja, joka vastaisi verkkolehden journalistisesta sisällöstä arkipäivinä, jolloin kävijöitä on verkkosivulla eniten. Ilmoitusten ja muiden verkkosisältöjen päivitykseen tarvitaan k5:n apua kuten tähänkin asti.

Verkkotoimitusta pidettiin tarpeellisena, mutta ei uskottu, että siihen löytyisi resursseja Karjalaiselta.

Parasta tietysti olisi, jos olisi erillinen päivin, illoin ja viikonlopuin toimiva verkkotoimitus, mutta en usko, että sellaiseen löytyy resursseja. Toimitussihteerit ovat sikäli luonteva taho verkkolehden päivittäjiksi, että heidän työnsä on seurata uutisvirtaa (omien toimittajien tuotanto, STT, sähköposti ym.) joka tapauksessa.

4.3 Asenteet

Halusin myös selvittää, miten toimitussihteerit suhtautuvat verkkolehden päivittämiseen. Kysyin heiltä, millaisena työtehtävänä he pitävät Verkko-Karjalaisen päivittämistä. Vastaajista muutama kertoi, verkon päivittämisen olevan palkitse-

vaa, mikäli oma uutinen onnistuu keräämään tarpeeksi sivulatauksia. Se on lisännyt myös monimediaosaamista ja nopeutta.

Hyvä puoli työssä on muun muassa, että klikkien määrää ja sivulatauksia voi pitää objektiivisena palautteena. Verkkolehden päivittäminen on auttanut minua kehittymään toimittajana. Se on tuonut nopeutta. Lisäksi olen miettinyt, mikä kiinnostaa ihmisiä.

Työnä työn joukossa. Tyydytystä tuo tietysti se, jos uutisvirrasta pystyy "jalostamaan" juttuja, jotka saavat verkossa suuren lukijamäärän.

Toisaalta verkkolehden päivittämistä pidettiin huonosti ohjattuna. Myös tekniset ongelmat koettiin rajoittavaksi. Automaattisesti etusivulle puskevat STT:n uutiset koettiin rasitteeksi.

Huonosti ohjattuna, vähän palkitsevana, mutta silti siinä pääsee tekemään mieluisia asioita. Monenlaiset tekniset rajoitteet laskevat motivaatiota tehdä töitä. Jos saa hyvän uutisen luetuksi ilman halpamaisia kikkailuita ja muutenkin asiallisella sisällöllä, se saattaa tuoda koko yhden vuoron kattavan hyvän fiiliksen.

Suurin ongelma on, että STT:n automaatti työntää juttuja etusivulle, eikä niihin voi koskea tai lisätä kuvia. Näin ikään kuin itse ei voi vaikuttaa sisältöön. Se on vienyt minulta mielenkiinnon verkkolehden päivittämiseen lähes kokonaan.

Itse en koe sitä kaikesta huolimatta kovinkaan raskaana työtehtävänä. Se on vain eräänlainen "välttämätön paha", joka roikkuu mukana premivuoroissa. Verkkolehteä päivitetään aina niinä hetkinä, kun ei ole oikeastaan mitään taitettavaa valmiina. On kuitenkin muistettava, että STT:n uutisvirta kulkee verkkolehtemme pääosin robotin hoitamana. Toki STT:n uutisten prioriteetteja pitää premisihteerinkin vielä itse muuttella, jotta jutut saavat sopivan painoarvon juuri Karjalaisen verkkolehden. Omat hankaluutensa verkkolehden päivittämiseen tuo nykyisen verkkolehtijärjestelmän kankeus.

Toimitussihteerien mahdollisuudet vaikuttaa verkkolehden sisältöön ovat rajalliset. Se aiheuttaa turhautumista. Verkkoa joudutaan päivittämään muun työn lomassa, mikä näkyy myös työn jäljessä. Puoliksi tehty työ palkitsee vain harvoin.

Turhauttavana. Turhautumista aiheuttaa se, että nykyinen verkkolehti on tekniseltä alustaltaan kömpelö, minkä vuoksi esimerkiksi samaan kokonaisuuteen liittyviä juttuja ei voi koostaa yhteen pakettiin. Turhau-

tumista aiheuttaa myös se, että verkkolehteä joutuu päivittämään nyt "vasemmalla kädellä", koska aika on rajallista ja koen paperilehden tekemisen ensisijaiseksi tehtäväkseni. Tämän vuoksi verkkolehden suhteen on deskissä usein riittämätön olo. Mieli tekisi tehdä parempaa verkkosisältöä, mutta siihen ei ole edellytyksiä.

4.4 Verkkolehden panostaminen

Lopuksi kysyin toimitussihteereiltä, pitäisikö Verkkö-Karjalaisen sisältöön panostaa heidän mielestään enemmän. Viidestä yksi oli sitä mieltä, että verkkolehden sijaan resurssit kannattaisi suunnata sanomalehteen, sillä se tuottaa paremmin.

Kaksipiippuinen asia. Itse panostaisin verkkolehden sijaan enemmän printtilehden kehittämiseen ja laatuun. Taustalla on puhtaasti liiketaloudellinen ajatus: verkkolehdestä kun on erittäin vaikea saada rahaa talolle, mikä on jo havaittu viime vuosien aikana.

Muut olivat sitä mieltä, että verkkolehden sisältöön pitää ehdottomasti panostaa enemmän tulevaisuudessa. Sanomalehden toimittajilta toivottiin lisää aktiivisuutta verkkosähkeiden kirjoittamiseen. Vastauksessa myös myönnettiin, että tällä hetkellä verkkolehdessä julkaistaan pääosin huonompaa sisältöä kuin lehdessä.

Kyllä, minusta siellä pitäisi olla enemmän sisältöä, mutta sisällön laatu on tärkeämpää. Itsekin tulee laitettua verkkoon huonolaatuisempaa tavaraa kuin lehteen, enkä haluaisi tehdä niin, mutta joskus on vain pakko, jotta verkkosivut näyttäisivät päivitettyiltä. Omien toimittajien materiaalia pitäisi olla enemmän, mutta kokonaisuutena toimittajat eivät ole asennoituneet tekemään verkkolehteä tarpeeksi hyvin.

Verkonomaista sisältöä toivottiin, mutta sen tuottamiseen vaaditaan erillinen verkkotoimitus.

Verkkoon toivotaan enemmän omaa materiaalia, mutta sen tuottaminen pitäisi olla muiden kuin toimitussihteerien vastuulla.

Vastauksista nousi esille myös maksullisen sisällön tarve. Verkkolehden kaivataan myös sinne kuuluvaa sisältöä ja myönnetään, että tällä hetkellä siellä on juttuja, joita kukaan tuskin edes lukee.

Pitäisi ehdottomasti. Pitäisi nykyistä tarkemmin miettiä, mistä aiheista sähköitä ylipäättään tehdään. Meillä on paljon sähköitä, joita ei lue juuri kukaan. Toisaalta mielenkiintoiset aiheet pitäisi hoitaa huolella: kiinnittää huomiota otsikoihin, verkkomaiseen kirjoittamiseen, kuvitukseen ja videoiden esillepanoon. Voisimme myös tehdä joitakin juttuja pelkästään verkkolehdestä julkaistaviksi. Jatkossa joudumme myös pohtimaan, millaisista aiheista teemme pidempiä nettijuttuja maksulliseen digipalveluun ja kuinka ylipäänsä saamme lukijamme maksamaan verkkolehden sisällöstä.

Viimeinen vastaus kiteyttää mielestäni hyvin erillisen verkkolehden tarpeen. Verkko-Karjalaisen täytyy kilpailla isojen lehtitalojen verkkolehtien kanssa. On ristiriitaista, että Karjalaisen päätuote eli sanomalehti on arvostettu lehti muiden suurien sanomalehtien joukossa, mutta sen verkkolehti ei yllä lähellekään tätä tasoa.

Mielestäni kyseessä isojen lehtien huonoin verkkolehti, joten vastaus on kyllä.

5 Yhteistyökumppaneiden haastattelut

5.1 Savon Sanomien verkkotoimitus

Savon Sanomien verkkolehteä alettiin julkaista vuonna 1998. Ensimmäinen verkkotoimittaja Jussi Murtasaari aloitti työnsä vuonna 2008. Nykyään Murtasaari työskentelee toimituksessa verkkotuottajan roolissa. (Murtasaari 2011.) Savon Sanomat kuuluu maakuntalehti Keskisuomalainen kanssa tasarvoisena tytäryhtiönä samaan Keskisuomalainen Oyj -konserniin. Fuusioituminen tapahtui vuonna 2007. Keskisuomalainen osti kuitenkin Savon Sanomia tuolloin julkaisseen Savon Mediat Oy:n osake-enemmistön jo vuonna 2001, joten lehdillä on takanaan jo vuosia yhteistä taivalta. (Jörgensen 2009, 22.)

5.1.1 Savon Sanomien ja Keskisuomalaisen yhteistyö

Yhteistyön tuloksena Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkolehdetkin rupesivat tekemään yhteistyötä. Uudet osastot aloittivat toimintansa loppusyk-

systä 2007 siten, että Keskisuomalaisen uusittu verkkolehti aukesi syyskuussa ja Savon Sanomien vuodenvaihteessa. Vuonna 2007 syntyi yhä käytössä oleva malli, jossa Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkotoimitukset tekevät tiiviisti yhteistyötä. (Jörgensen 2009, 26.)

Nykyään Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkotoimitusten yhteistyö ulottuu enimmäkseen tekniikan puolelle. Keskisuomalainen avasi uudistuneen verkkopalvelunsa 23.10.2011, ja Savon Sanomat seuraa perässä vuoden 2012 puolella. Ulkoasun ja tekniikan osalta kummankin verkkolehden sivustot vastasivat toisiaan jo ennen uudistusta. Myös nykyiset verkkolehdet ovat lähes identtisiä. Verkkolehdistä on myös sama julkaisujärjestelmä. Sivujen tekniikkaa hallinnoidaan Keskisuomalaisesta käsin, sillä palvelimet sijaitsevat siellä. Sisällöllisesti yhteistyö on käytännössä juttujen lainaamista ja vaihtamista näiden kahden verkkotoimituksen välillä. Verkkotoimitajat voivat käydä yhteisiä neuvotte-
luja videopuhelun eli Skypen välityksellä. (Murtasaari 2011.)

5.1.2 Kolme verkkotoimitajaa

Murtasaaren mukaan suurin tekijä siinä, että Savon Sanomiin päätettiin muodostaa erillinen verkkotoimitus, oli tahto olla mukana kehityskulussa. ”Ajatelimme, että eri mediamuotojen käyttöönotto vahvistaisi lukijasuhdetta, ja niin se on tehnytkin.” Savon Sanomien verkkolehti saavuttaa viikoittain jopa 130 000 lukijaa, mikä tekee Savon Sanomien verkkolehdestä tutkimani lehtinelikon luetuimman verkkolehden (Metrix 2011). Murtasaaren mukaan tämä johtuu pitkälti siitä, että verkkotoimituksella on jatkuvasti tavoite korkealla. ”Tavoitteenamme on jatkuvasti lisätä lukijoita sivuillamme. Kun pidämme sen mielessä, näkyy se myös työnjäljessä”, Murtasaari selventää. Verkkotuottajan roolissa hänen vastuullaan ovat verkkolehden yleinen kehittäminen, lukulaiteversion eli esimerkiksi iPadiin julkaistavan version kehittäminen sekä mobiiliversion kehittäminen. Lisäksi verkkotuottajan toimenkuvaan kuuluu verkkolehden journalistisen linjan vetäminen sekä lukijamäärän kasvattaminen.

Verkkotoimitajia Savon Sanomien verkkotoimituksessa on kolme. Kukin työskentelee uutisvuoroissa tuottaen uutisia verkkolehden ja sanomalehteen. Jo-

kaisella verkkotoimittajalla on lisäksi viikoittain yksi projektivuoro, jolloin kukin voi suunnitella ja toteuttaa verkkolehteen laajempaa sisältöä. ”Se voi olla jonkun jutun kirjoittamista, videomateriaalin kuvaamista tai esimerkiksi teemasivuston rakentamista”, Murtasaari kertoo. Lisäksi verkkotoimituksessa työskentelee yksi internet-asiantuntija, joka työskentelee osa-aikaisena vastaten kaikkeen verkkoon liittyvään asiakaspalautteeseen. Lisäksi hän vastaa esimerkiksi teemasivustojen huollosta. Murtasaari toivoisi Savon Sanomien verkkotoimitukseen vielä yhden työntekijän. ”Verkkotoimitukseen kaivattaisiin agenttia, joka paukuttaisi jatkuvalla syötöllä pelkästään sisältöä verkkoon. Verkkotoimittajan tehtäviin kuuluu kuitenkin paljon kaikkea muutakin kuin jutun kirjoittamista”, Murtasaari kertoo. Hän vertaa verkkotoimittajaa toimitussihteeriin, jonka tehtäviin kuuluu oikolukemisen lisäksi jutun taittaminen. Niin myös verkkotoimittaja ”taittaa” eli editoi jutun verkkoon. (Murtosaari 2011.)

5.1.3 Verkkotoimittajan työtehtävät

Savon Sanomissa verkkotoimittajien työvuorot jakaantuvat kahteen vuoroon, ja sen lisäksi jokainen verkkotoimittaja tekee viikoittain yhden projektivuoron. Aamuvuoro alkaa kello 7.30 ja loppuu 15.00. Iltavuorolainen tulee töihin kello 14.45 ja lopettaa vuoronsa kello 22.15. Viikonloppuisin verkkotoimittaja työskentelee yhdessä pitkässä vuorossa 11.00–20.45. Verkkotoimittaja käy läpi maakunnan pelastuslaitoksen tehtävät sekä poliisin tiedotteet ja tekee niistä sähköiset verkkolehteen ja samalla myös sanomalehteen. ”Mikäli joku isompi onnettomuus sattuu, mietimme tilanteen mukaan, lähteekö paikalle verkko- vai sanomalehtitoimittaja”, Murtasaari kertoo. Tämän lisäksi verkkotoimittaja seuraa jatkuvasti uutisvirtaa lähteenään sähköposti, muut mediat ja sosiaalinen media.

Savon Sanomien verkkolehteen tulee Verkkokarjalaisen tapaan automaattilla STT:n uutiset, joihin verkkotoimittajat lisäävät kuvan ja tarvittaessa nostavat sen etusivulle. Savon Sanomien verkkolehdestä panostetaan etenkin etusivun hallintoihin. ”Pyrimme pitämään etusivua jatkuvasti tuoreena. Pääjuttua vaihdetaan lähes tunnin välein”, Murtasaari sanoo. Hän vertaa verkkolehden etusivua sanomalehden etusivuun, eli se on yhtä tärkeässä asemassa. Savon Sanomien verkkolehden erikoisalaa on myös paikallisen pääsarjatasen joukkueurheilun

seuraaminen. ”Joukkuepelejä pyritään seuraamaan lähes reaaliaikaisesti, koska sen ollaan huomattu tuovan meille lukijoita”, Murtasaari kertoo. Urheilu-uutisia päivitetään verkkolehteen yhteistyössä urheilutoimituksen kanssa. ”Urheilutoimittajat saattavat esimerkiksi soittaa suoraan urheiluhallilta verkkotoimittajalle, joka kirjoittaa uutisen verkkoon sanelun mukaan.” (Murtasaari 2011.)

Verkkotoimitukset sijaitsevat fyysisesti niin sanotussa uutispöydässä eli deskissä yhdessä uutispäällikön kanssa. Verkkotoimittajat toimivat lehden uutispäivystäjinä. He vastaavat toimituksen uutispäivystysnumeroon, soittavat hälytyskierrot ja seuraavat uutisvirtaa. (Jörgensen 2009, 26.)

Juttuaiheita verkkotoimituksessa mietitään yhdessä. Verkkotuottaja kokoaa tiistaiseen viikkokokoukseen viikoksi eteenpäin uutisaiheita, jotka katsotaan yhdessä läpi. Myös toimittajalta odotetaan silloin tällöin omia aiheita. Juttuaiheet ovat yleensä sellaisia, joiden katsotaan kiinnostavan lukijoita verkossa. ”Mietimme yhdessä, milloin juttu julkaistaan, tuleeko siihen videokuvaa tai kuvasarjaa ja pyritäänkö jutulla aktivoimaan keskustelua”, Murtasaari kertoo. Aiheita käydään läpi myös koko toimituksen aamu- ja iltapäiväpalavereissa. Tällöin sanomalehden jutuista valitaan ne, joista tehdään myös verkkolehteen juttu. Näin sanomalehden toimittaja tietää jo heti aamulla, että hänen täytyy tehdä jutustaan myös erillinen sähke verkkoon. Lisäksi tieto siitä, halutaanko jostakin tietystä sanomalehden jutusta verkkoon sähke, tulee näkyviin toimittajien työlistaan eli Jobiin.

Sanomalehden pohjalta tehtyjä sähköitä pyritään hieman varioimaan, jotta ne eivät olisi täysi kopio hieman lyhenneltynä sanomalehden jutusta. Murtosaari pyrkii verkkotuottajana ohjaamaan sanomalehden toimittajia verkkosähkeen teossa. Hän kertoo usein toimittajille tarkasti, mitä verkkosähkeeseen halutaan, joten se ei jää ainoastaan sanomalehtitoimittajan arvuuttelujen varaan. Verkkosähkeisiin pyritään myös lisäämään liikkuvaa kuvaa tai kuvasarjoja ja muuttamaan otsikointia räväkämmäksi. (Murtosaari 2011.)

5.1.4 Verkkolehden journalistinen linja

Murtasaaren mukaan verkkolehti pyrkii noudattamaan sanomalehden linjaa. Savon Sanomien verkkolehdessä käytetään sanomalehden juttuja jonkin verran. Ne eivät kuitenkaan muodosta pääosaa verkossa julkaistuista jutuista. Kukin verkkotoimittaja tekee verkkolehden viikoittain noin 10–20 omaa juttua, joista osa menee myös lehteen. ”Tähän lukuun on sisällytetty kaikki pienimmät röttöshkeetkin”, Murtosaari selventää. Kolmen verkkotoimittajan toimituksessa se tarkoittaisi yhteensä noin 30–60 omaa juttua viikoittain. Verkkolehden jutut ovat usein hieman viihteellisempiä kuin sanomalehden. Murtosaari haluaa kuitenkin painottaa, ettei tarkoita viihteellä tirkistely- tai sosiaalipornotyypistä viihdettä, vaan hyvän mielen viihdettä. ”Parhaimmillaan se saa nauramaan, mutta pistää myös ajattelemaan”. Esimerkiksi Youtuben suosituimmat videot toimittajan taustoittamana voivat toimia tällaisena viihdepakettina.

Murtosaaren mielestä erillinen verkkotoimitus on tuonut taloon paljon hyviä puolia. Verkkolehti on näkyvä osa Savon Sanomia. Se näkyy myös niille, jotka eivät tilaa päätuotetta eli sanomalehteä. Jatkuvasti päivittyvä verkkolehti tukee myös sanomalehteä ja tuo parhaimmillaan sille uusia tilaajia. Lisäksi verkkotoimitus on sanomalehden toimitukselle suuri tuki. Verkkotoimitus vahtii päivän uutisvirtaa ja päivittää ajankohtaisia uutisia jatkuvasti verkkoon, josta ne menevät myös seuraavan päivän lehteen. Tällöin sanomalehden toimittajille ja toimitussihteereille jää aikaa keskittyä ainoastaan sanomalehden tekemiseen. ”Kaikilla on selkeät omat vastualueensa, mikä näkyy varmasti myös työn jäljessä, niin verkko- kuin sanomalehdessäkin”, Murtosaari toteaa. (Murtosaari 2011.)

5.2 Keskisuomalaisen verkkotoimitus

Keskisuomalaisen verkkolehti, ”sähköinen Keskisuomalainen” syntyi sanomalehden 125-vuotissyntymäpäivän kynnyksellä lokakuussa 1996. Vuoteen 2007 asti verkkotoimittaminen oli monien muiden verkkolehtien tapaan päätuotteensa sanomalehden kopio. (Jörgensen 2009, 26.)

Keskisuomalaisen toimituksessa verkkolehden arvostus kasvoi vuosien varrella. Verkkolehti uudistettiin ja taloon muodostettiin verkkotoimitus vuonna 2007. Kirsi Hakaniemestä tuli Keskisuomalaisen verkkotoimituksen esimies (nykyisin verkkoliiketoiminnan päällikkö) vuonna 2007, jolloin oman sanomalehden sisällöstä erillisen sisällön toimittaminen verkkolehdessä alkoi voimistua. Keskisuomalaisen toimituksessa työskenteli silloin ja työskentelee yhä kolme verkkotoimittajaa, jotka vastaavat lehden erillisestä verkkolehdestä. (Hakaniemi 2011.)

Nykyään lähes 120 000 lukijaa viikoittain keräävän Keskisuomalaisen (Metrix 2011) verkkolehden journalistinen linja poikkeaa paljolti Keskisuomalaisen printtiversiona. Hakaniemi painottaa, että verkkotoimitus pyrkii käyttämään sanomalehden aiheita mahdollisimman vähän, jotta sanomalehden lukijalle ei tulisi tunne, että hän on lukenut nämä asiat jo aiemmin verkosta. Sanomalehden ja verkkolehden eriyttäminen oli Keskisuomalaisessa ratkaiseva syy siihen, miksi erillinen verkkotoimitus päätettiin muodostaa.

Verkkolehdessä aiheet ovat hieman kevyempiä ja helpompia kuin sanomalehdessä. Verkkouutisoinnissa mennään Hakaniemen mukaan yhä enemmän ilta-päivälehtien suuntaan. ”Aiheet ovat usein maakuntasidonnaisia, mutta myös valtakunnallisesti kiinnostavia aiheita pyritään ideoimaan. Saatamme usein haastatella esimerkiksi paikallisia julkkiksia heidän toilailuistaan.” Keskisuomalaisessa pyritään kuitenkin säästämään niin sanotut skuupit sanomalehteen. Omia kiinnostavia uutisaiheita verkkotoimitus pyrkii miettimään yhdessä. ”Usein aiheet ovat niin kiinnostavia, että sanomalehti haluaa jutun kokonaan itselleen”, Hakaniemi kertoo. (Hakaniemi 2011.)

5.2.1 Verkkotoimittajan työtehtävät

Keskisuomalaisen verkkotoimituksessa työskentelee kolmen verkkotoimittajan ja yhden verkkoliiketoiminnan päällikön lisäksi verkkotuottaja, joka työskentelee neljänä päivänä viikossa. Verkkotuottaja muun muassa ideoi aiheita verkkolehteen. Verkkotoimittajien työvuorot jakaantuvat kahteen uutisvuoroon. Viikonloppuisin verkkolehteä päivittää yksi verkkotoimittaja. Lisäksi verkkotoimittajat työskentelevät projektivuorossa muutaman kerran viikossa. Projektivuorossa

toimittaja voi työstää verkkoon esimerkiksi videohaastatteluja tai laajempia verkkojuttuja. Myös verkon aamu- ja iltavuorossa pyritään jatkuvasti julkaisemaan omaa sisältöä verkkoon. Aamuvuoro alkaa kello 7.30 ja päättyy, kun iltavuorolainen tulee töihin kello 14.45. Iltavuoro jatkuu kello 22.00 asti. Verkkolehden päivittämisen kaksi viimeistä tuntia hoitaa sanomalehden etusivusta vastaava toimitussihteeri.

Aamu- ja iltavuorossa päivystäväverkkotoimittaja soittaa pelastuslaitoksen ja poliisin tehtävät läpi ja uutisoi ne verkkoon. Myös sanomalehti käyttää näitä sähköisiä seuraavan päivän lehdessään. Lisäksi verkkotoimittaja käy läpi STT:n uutiset ja liittää niihin kuvia. Hän seuraa myös sähköpostiliikennettä ja poimii sieltä jatkuvasti kiinnostavia tiedotteita verkkolehden. Myös Keski-suomalaisen Facebook-sivuston päivittäminen ja verkkolehden keskustelujen moderointi ovat verkkotoimittajan vastuulla. Verkkotoimittaja osallistuu lisäksi sanomalehti- ja verkkotoimituksen yhteiseen aamupalaveriin, jossa sovitaan alustavasti, mitä sanomalehden ja verkkolehden laitetaan. (Hakaniemi 2011.)

”Verkkotoimittajan työpäivä on usein hyvin hektinen ja kuormittava, siksi verkkotoimittajan työ mielletään yleisesti nuorten toimittajien työalueeksi”, Hakaniemi kertoo. Verkkotoimittajan täytyy pystyä monipuoliseen ja nopeaan uutistyyöhön. On tärkeää, että verkkotoimittaja pystyy kehittelemään jatkuvasti uusia juttuaiheita. Lisäksi verkkotoimittajan tulee osata käyttää esimerkiksi kuvanmuokkausohjelmia ja muuta monimEDIATEKNIikkaa. Verkkotoimittajan työhön liittyy paljon vastuuta ja itsenäistä osaamista. Fyysisesti Keski-suomalaisen verkkotoimitus sijaitsee deskissä, ja vuorossa oleva verkkotoimittaja istuu tapahtumien keskiössä kuvatoimittajan, toimitussihteerien sekä uutispäällikön kanssa. Näin myös tiedonkulku toimii, sillä lehden, verkkotoimituksen ja kuvaamon työntekijät pystyvät käymään jatkuvasti keskustelua päivän uutisaiheista. (Hakaniemi 2011.) Hakaniemen mukaan verkkotoimittajien tehtäviä voi verrata sanomalehden toimitussihteerien työhön: molemmat tekevät itsenäisesti journalistisia päätöksiä, mutta toimivat yhteistyössä koko toimituksen kanssa (Jörgensen 2009, 26).

5.2.2 Yhteistyö sanomalehden kanssa

Sanomalehden toimittajat eivät osallistu aktiivisesti verkkolehden toimittamiseen. Hakaniemi pitää tärkeänä sitä, että sanomalehtitalossa on yksi ydinryhmä, joka on vastuussa verkkolehden päivittämisestä. Tällöin myös verkon kehittämisvastuu on yhdellä tietyllä ryhmällä. ”Olen huomannut, että jos moni eri taho on vastuussa jostain, niin äkkiä huomataan, että loppujen lopuksi kukaan ei kuitenkaan ole vastuussa mistään”, Hakaniemi toteaa.

Keskisuomalaisen verkkolehti uudistettiin 23.10.2011. Verkkotoimituksen esimies Kirsi Hakaniemi kertoo, että uudistusta on valmisteltu jo vuodesta 2010 asti. Uutta palvelussa on kestotilaajien maksullinen digipaketti, joka sisältää näköislehden, tekstiarkiston ja mobiilipalvelun käyttöoikeuden, enemmän paikallisia uutisia verkossa ja KSML.fi:n etusivun personoinnin. Digipaketin verkkopalvelun navigointiin ja etusivuun on tullut muutoksia ja mukaan on tullut uusia osastoja. Etusivun kuvallisten uutisten määrää on vähennetty ja ylhäältä alas jatkuva pitkä uutispalsta on rikottu useampaan eri osioon. Tuoreimmat uutiset aikajärjestyksessä löytyvät heti pääuutisten alta. Keskisuomalainen on panostanut uudistuksessa teemaosastoihin. Erikoissivujen alle on koottu teemoja, kuten *Autot ja liikenne* ja *Ruokareseptit* sekä *Matkailu ja Ihana elämä*. Tulevaisuudessa Keskisuomalaisen haluaa lisätä verkkolehdessään alueen ihmisten ja yhteisöjen tuottamaa sisältöä.

Sanomalehden toimittajat tekevät usein itse uutisestaan verkkosähkeen, mikäli se halutaan myös verkkolehteen. Hakaniemi myöntää, että kaikkien osastojen kanssa tämä käytäntö ei toimi täysin mutkattomasti. ”Toimittajat ovat tottuneet siihen, että verkkolehdessä ei käytetä sanomalehden materiaalia, joten poikkeuksia on vaikea tehdä.” Uuden digipaketin myötä kuitenkin myös sanomalehden toimittajat on otettu mukaan verkkolehden tekoon. Nykyään sanomalehden toimittajat kirjoittavat omia juttuja verkkolehden teemasivustoille. Hakaniemen mukaan sanomalehden toimittajat ovat lähteneet innolla mukaan tähän käytäntöön. (Hakaniemi 2011.)

5.3 Etelä-Suomen Sanomien monimediatoimitus

Etelä-Suomen Sanomien ensimmäinen verkkolehtiversio, Netlari, ilmestyi vuonna 1997. Nimensä lehti on saanut Etelä-Suomen Sanomien printtiversiosta, niin kutsutusta Etlarista. Netlari on ollut koko elinikänsä ajan lukijoille maksuton verkkolehti. (Ruokolainen 2004, 26.)

Alun perin verkkolehdestä vastasi ainoastaan yksi ihminen, joka työskenteli verkkotuottajana. Verkkolehden alkuajoista asti verkkotuottajana työskennellyt Jari Suomalainen muistaa, että verkkolehteä tuotettiin aluksi hyvin pitkälti lapi-oimalla verkkoon sanomalehdessä ilmestyneitä juttuja. (Suomalainen 2011.) Kokonaan Etelä-Suomen Sanomia ei ole koskaan julkaistu verkossa, vaan tiettyiltä pääosastoilta oli iltavuorossa priorisoitu noin viisi seuraavan päivän lehden artikkeleita verkkolehden julkaistavaksi (Ruokolainen 2004, 26). Verkkotuottajan työnkuvaan kuului alkuaikoina myös tapahtumatietojen päivittäminen. Suomalainen muistelee, että jo vuonna 2001 hänen työparinaan verkon päivittämisessä oli toinen verkkotuottaja Antti Rinkinen. ”Tuolloin verkkolehden päivittäminen oli vielä suhteellisen pientä. Myöskään verkkolehdissä mainostaminen ei ollut kovin suosittua tuohon aikaan”, Suomalainen muistelee. (Suomalainen 2011.)

5.3.1 Erillistä ja monimediallista sisältöä

Vuonna 2007 Etelä-Suomen Sanomiin perustettiin monimediatoimitus, joka vastasi pääosin verkkolehden toimittamisesta. Suomalainen muistaa, että suurin syy siihen, miksi erillinen verkkotoimitus päätettiin Etelä-Suomen Sanomiin muodostaa, oli kasvattaa verkosta saatavia tuottoja. Tavoitteena oli eriyttää verkkolehti omaksi julkaisukseksi Etelä-Suomen Sanomien päätuotteesta eli sanomalehdestä. Tämä tarkoitti sitä, että verkkolehden alettiin tehdä täysin omaa, sanomalehdestä erillistä sisältöä. Uudistuksen myötä myös sanomalehden juttuja pyrittiin käyttämään verkossa yhä vähemmän. Tällä järjestelyllä haluttiin varmistaa, että verkkolehti ei söisi lukijoita sanomalehdeltä. Tuolloin myös verkkolehden nimi Netlari haluttiin muuttaa, ja käyttöön otettiin uusi nimi: ess.fi. Nykyisellään verkkolehdestä kuulee käytettävän kumpaakin nimitystä. (Suomalainen 2011.)

Toinen suuri odotus, joka erilliseen verkkotoimitukseen liittyi, oli monimediallisuuden lisääminen verkkolehdessä. Etelä-Suomen Sanomissa käytetään verkkotoimituksen sijaan nimitystä monimediatoimitus, joka kuvaa sitä, että toimituksessa tehdään sisältöä niin verkkoon, radioon kuin sanomalehteenkin. Tämän vuoksi myös toimittajat ovat monimediatoimittajia verkkotoimittajien sijaan. Tuolloin haluttiin korostaa cross-mediallisuutta eli sitä, että eri mediat synnyttävät yhden suuren kokonaisuuden.

Cross-mediallisuus on edelleen voimakkaasti näkyvissä Etelä-Suomen Sanomissa: sisältöä kierrätetään eri kanavissa. Esimerkiksi verkkolehden voidaan kirjoittaa radiohaastattelun pohjalta lyhyt juttu ja mukaan liittää alkuperäinen audiotiedosto. Sanomalehdessä voidaan viitata verkkolehdestä ilmestyneeseen juttuun. Lisäksi monimediatoimitus on tuottanut vuodesta 2007 asti samaan konserniin kuuluvaan Radio Voimaan uutislähetystyksiä, jotka luetaan radiossa suorana tasatunnein. Vuonna 2007 monimediatoimitus sijaitsi samassa toimistossa konserniin kuuluvan Radio Voiman kanssa. Nykyisellään monimediatoimitus on siirtynyt samaan taloon sanomalehden kanssa. Radio Voima sijaitsee edelleen keskustassa Mediakulma-nimisessä kiinteistössä. Yhteistyötä Radion Voiman kanssa tehdään edelleen, mutta Suomalainen myöntää, että yhteistyö on kärsinyt hieman välimatkasta, mikä vaikuttaa silloin tällöin etenkin tiedonkulkuun. Tästä huolimatta radiouutiset toimitetaan yhä tasatunnein verkkotoimituksesta käsin. (Suomalainen 2011.)

Etelä-Suomen Sanomien verkkolehti saavuttaa viikoittain lähes 80 000 lukijaa (Metrix 2011). Lehdellä on nyt yli 15 vuoden kokemus sähköisen lehden tekemisessä. Nykyisessä verkkotoimituksessa työskentelee viisi monimediatoimittajaa. Kaikki viisi monimediatoimittajaa ovat siirtyneet verkkolehden sanomalehtipuolelta. Lisäksi yksi monimediatoimittajista on ollut kokopäivätyössä Radio Voimassa. Etelä-Suomen Sanomien toisena verkkotuottajana työskentelevä Teemu Virtanen kokee, että monimediatoimittajalla ei välttämättä tarvitse olla laajaa kokemusta sanomalehden teosta. Heidän monimediatoimitukseensa oli rekrytoitu juuri media-alan harjoittelija, jolla ei ole takanaan laajaa kokemusta lehtialalta, mutta silti työt hoituvat Virtasen mukaan moitteettomasti. Virtanen on

itse ollut monimediatoimituksessa mukana aivan sen syntyvaiheista asti ja toimii nykyään tuotannollisissa tehtävissä. Etelä-Suomen Sanomiin hän siirtyi Itä-Hämeen Sanomista. (Virtanen 2011.)

5.3.2 Monimediatoimittajan työtehtävät

Monimediatoimittajan työvuorot jakaantuvat arkisin kolmeen vuoroon. Aamuvuoro alkaa kello 06.00 ja loppuu iltapäivällä kello 14.00. Iltavuoro alkaa kello 14.00 ja jatkuu kello 22.00 asti. Päivävuorossa (11.00–19.00) on alkuviikosta kaksi työntekijää ja loppuviikosta yksi. Viikonloppuisin työvuorossa on yksi työntekijä. Monimediatoimittaja tekee päivittäin verkkoon uutissähkeet poliisin ja pelastuslaitoksen tehtävistä. Lisäksi työtehtäviin kuuluu paikallisten uutisten seuraaminen ja niiden toimittaminen ess.fi sivustolle. Tasatunnein monimediatoimittaja käy lukemassa toimittamansa radiouutiset studiossa. Myös ess.fi:n Facebook-tilin päivittäminen kuuluu monimediatoimittajan työtehtäviin. (Virtanen 2011.)

Monimediatoimittaja tekee myös tiiviisti yhteistyötä sanomalehtitoimittajien kanssa. Monimediatoimittajat tekevät usein sisältöä sanomalehteen ja sanomalehtitoimittajat verkkolehteen. Lisäksi monimediatoimittajat ja sanomalehtitoimittajat saattavat jalostaa yhdessä jotakin suurempaa juttukokonaisuutta. Virtanen ottaa esimerkiksi Etelä-Suomen Sanomissa julkaistun uutisen Hollolasta löydetyistä pääkalloista. Hollolan Sairakkalasta löydettiin 29.9.2011 ihmisen pääkallo (Aidantausta 2011). Uutinen sai laajaa kiinnostusta myös valtakunnallisissa uutismedioissa.

Kun tiedote löydöksestä saapui toimitukseen, teki työvuorossa ollut monimediatoimittaja siitä nopeasti uutissähkeen verkkolehteen. Tämän jälkeen radiojuontajalta tuli lisätietoa siitä, missä tapahtumapaikka on, jolloin sanomalehden toimittaja ja valokuvaaja lähtivät paikan päälle tekemään tapahtuneesta juttua. Samaan aikaan monimediatoimittaja päivitti paikalla olleen toimittajan avulla uutista verkkolehteen. Näin monimediatoimittaja sai uutisen tuoreeltaan myös radiouutisiin. Käytännössä kyseistä uutista tekivät siis kaksi toimittajaa ja kuvaaja. Myös radion juontaja oli apuna. ”Yhteistyön voimin saimme uutisen nopeasti

verkkoon ja radioon, sen sijaan, että olisi odoteltu, että sanomalehtitoimittaja tekee itse tapahtuneesta uutissähkeen verkkoon”, Virtanen kertoo. (Virtanen 2011.)

5.3.3 Verkkolehden journalistinen linja

Teemu Virtanen muistuttaa, että kaikki sanomalehden jutut eivät sovi verkkolehden. Verkossa juttuaiheiden täytyy olla hieman viihteellisempiä kuin sanomalehdessä. Hänen mielestään jutun pitää olla myös huomattavasti lyhyempi kuin sanomalehdessä. Etelä-Suomen Sanomissa käytäntönä on, että sanomalehtitoimittaja kirjoittaa omasta uutisestaan verkkosähkeen. Usein näin sovitaan jo aamupalaverissa. Aamupalaverissa käydään koko toimituksen kesken läpi, mitä sanomalehteen ja verkkolehden laitetaan sinä päivänä. Samalla valitaan ne sanomalehden jutut, joista tulee myös verkkolehden uutissähke. ”Näin sanomalehtitoimittaja tietää jo heti aamusta varautua tekemään myös verkkoon sähkeen omasta sanomalehtijutustaan”, Virtanen kertoo. Toisaalta näin vältetään myös se, etteivät monimediatoimittaja ja sanomalehden toimittaja tee samasta jutusta kahta täysin samanlaista juttua. (Virtanen 2011.)

Monimediatoimittajat tekevät lisäksi jatkuvasti omia, sanomalehden sisällöstä erillisiä juttuja verkkoon. Parhaimmillaan niitä voidaan tehdä jopa kymmenkunta päivässä, kertoo Virtanen. Juttukeikkoja tekevät etenkin päivävuorossa olevat monimediatoimittajat. Yksi monimediatoimittaja seuraa kuitenkin koko ajan pelastuslaitoksen tilannehuonetta ja sähköpostia deskissä eikä siksi voi lähteä tekemään juttukeikkoja. Monimediatoimituksella on myös käytettävänä sanomalehtipuolen valokuvaajat. Usein verkkolehden omia juttuja julkaistaan myös sanomalehdessä. Verkkolehdessä julkaistut jutut kootaan sanomalehdessä oman palkkinsa alle, jolloin lukijalle käy selväksi, että kyseinen uutinen on julkaistu ensin verkkolehdessä. (Virtanen 2011.) Erillisessä monimediatoimituksessa molemmat, sekä Suomalainen että Virtanen näkevät monia hyviä puolia. Työntekijän näkökulmasta hyvä puoli on monimediaosaaminen, joka tuo vaihtelua perinteiseen lehtityöhön.

Teemu Virtasen mielestä monimediatoimittajia arvostetaan konsernissa siinä missä sanomalehden toimittajiaakin. (Suomalainen & Virtanen 2011.) Erillisen verkkotoimituksen huonona puolena Virtanen mainitsee ajoittain huonon tiedonkulun eri välineiden välillä. Etenkin kiireessä saattaa sattua niin, että tulee päällekkäisyyksiä. ”Aiheita tulee ja menee niin nopeasti, että aina ei kerkeä koordinoimaan, että kuka tekee mistäkin aiheesta jutun”, Virtanen kertoo. Etelä-Suomen Sanomat ottaa käyttöönsä saman Neo-toimitusjärjestelmän kuin Karjalainen, Savon Sanomat ja Keskisuomalainen. Virtanen toivoo, että uuden toimitusjärjestelmän myötä myös tiedonkulku parantuu. Uudessa toimitusjärjestelmässä on kiinnitetty huomiota etenkin juttujen suunnitteluun, jolloin suunnitelmat saadaan myös muiden nähtäväksi. Tällä hetkellä Etelä-Suomen Sanomissa on käytössä eri toimitusjärjestelmä kuin monissa muissa sanomalehdissä. (Virtanen 2011.)

5.4 Juttuvaihto verkkolehdissä

Haastatteluissa kysyin verkkovastaavilta myös verkkolehtien välisestä juttuvaihdosta, jota harjoitetaan jo paljon yhteistyökumppanisanomalehtien kesken. Juttuvaihtoon suhtauduttiin pääosin myönteisesti ja sitä toivottiin lisää. Ainoastaan Keskisuomalaisen verkkotoimituksen esimies Kirsi Hakaniemi ei innostunut verkkolehtien välisestä juttuvaihdosta. ”Verkkolehden jutut ovat yleensä hyvin maakuntasidonnaisia, joten olisi vaikea ajatella, että Jyväskylän paikallisuutiset kiinnostaisivat esimerkiksi Pohjois-Karjalassa”, Hakaniemi perusteli. Valtakunnallisesti kiinnostavia uutisia myös Keskisuomalainen olisi valmis vaihtamaan. Keskisuomalaisella ja Savon Sanomilla juttuvaihtoa on jo paljon myös verkossa. Savon Sanomien yhteistyöjuttuja lainattaessa lähteeseen viitataan aivan niin kuin sanomalehden vaihtojutuissakin, eli jutun alussa mainitaan toimittajan nimi. Jos kuitenkin kyseessä on jokin skuuppijuttu, mainitaan jutussa myös media, jossa juttu on alun perin julkaistu. (Hakaniemi 2011.)

Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimituksen verkkotuottaja Teemu Virtanen suhtautuu juttuvaihtoon neljän verkkolehden kesken erittäin myönteisesti. Hän huomauttaa, että juttuvaihtoa on ollut jo jonkun verran, etenkin Etelä-Suomen Sanomien ja Keskisuomalaisen kesken. Keskisuomalainen oli itse pyytänyt

saada Etelä-Suomen Sanomien verkkolehdestä julkaistun jutun itselleen. ”Mielellään olemme niitä antanutkin”, Virtanen kertoo. Virtanen muistuttaa, että etenkin Etelä-Suomen Sanomien ja Karjalaisen verkkolehdet ovat julkaisuina hyvin erilaiset ja eroavat lisäksi paljon Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien julkaisusta, mikä hieman hankaloittaa juttuvaihtoa. (Virtanen 2011.)

Juttuvaihtoa voisi Virtasen mielestä olla etenkin niin sanotuissa skruppiuutisissa. Valtakunnallisesti kiinnostavien juttujen vaihtoa voisi lisätä kuitenkin niin, että lainatessa mainittaisiin lähde. ”Teemme usein niin, että jos lainaamme esimerkiksi Karjalaiselta juttua, mainitsemme tekijän ja median jutun lopussa. Jos muutamme itse juttua, mainitsemme alkuperäisen lähteen lauseella: *Asiasta kertoi ensimmäisenä Karjalainen*”. Virtasen mielestä juttujen lainaaminen toisesta mediasta ei ole häpeä, päinvastoin. ”Se kannustaa myös tekemään sellaisia juttuja, jotka voisivat saada myös valtakunnallista huomiota eri medioissa. On aina hienoa, jos joku muu media lainaa oman median juttua. Se tuo aina lisää näkyvyyttä omalle medialle”, Virtanen toteaa. (Virtanen 2011.)

Myös Savon Sanomien verkkotuottaja Jussi Murtosaari toivoo lisää juttuvaihtoa verkkolehtiin. Murtosaari on huomannut, että etenkin tiedejutut toimivat vaihtojuttuina myös verkossa, sillä ne ovat harvoin maakuntasidonnaisia. ”Kun tiedeaiheita popularisoidaan eli tehdään yleisölle ymmärrettäväksi, saavutetaan usein paljon lukijoita”, Murtosaari kertoo. Tyyliään tiedejutut ovat usein myös sellaisia, joita jaetaan myös sosiaalisessa mediassa. Lisäksi hän toivoisi, että sanomalehden juttuvaihdosta ”ylijäävät” jutut, jotka eivät koskaan päädykään lehteen, voitaisiin julkaista verkkolehdestä. Tällaista käytäntöä ei ole Murtosaaren mukaan vielä käytössä. (Murtosaari 2011.)

5.5 Mistä verkkolehti saa tuottoensa?

Suomessa yksikään maksullinen verkkolehti ei ole vielä tehnyt läpimurtoaan. Muun muassa Keski-suomalainen yritti lisätä tuottojaan muuttamalla osan verkkolehtensä sisällöstä maksulliseksi, mutta huonolla menestyksellä. Keski-suomalainen aloitti keväällä 2010 kokeilun, jossa lehden verkkosivuilla julkaistiin joka päivä maksullisia uutisia, joiden lukuoikeuden sai ostaa 30 sentillä. Kokeilun

tarkoituksena oli testata nanokukkaro -maksujärjestelmän toimivuutta käytännössä. Päätoimittaja Pekka Mervolan mukaan maksulliset verkkouutiset eivät saaneet suurta kiinnostusta, mutta tekniikan toimivuudesta saatiin hyviä kokemuksia. (Yle Keski-Suomi 2010.) Lukijat ovat tottuneet lukemaan päivän uutiset verkosta ilmaiseksi. Tätä tottumusta on vaikea muuttaa, olipa maksullinen sisältö kuinka hyvää tahansa.

Muistan itse katselleeni tuolloin Keskisuomalaisen maksullisten juttujen otsikoita ja myönnän, että ne olivat hyvin houkuttelevia. Lukijan uskoteltiin saavan tietoa, johon muilla lukijoilla ei ollut pääsyä. Pidin kuitenkin käytäntöä liian vaikeana. Maksun suorittaminen tuntui vaivalloiselta, koska maksettava summa oli niinkin pieni kuin 30 senttiä. Luulen, että muillekin lukijoille juuri käytännön hankaluus vaikutti päätökseen jättää juttu ostamatta. Toisaalta voisi ajatella, että mikäli kulluttajan on ”pakko” saada tuote eli tässä tapauksessa uutinen itselleen, olisi hän valmis näkemään sen eteen vaivaa. Tämä kuitenkin edellyttää sitä, että uutisen sisältö on huippulaadukasta.

Mikkonen ja Sirkkunen selvittivät vuonna 2004 Verkko-Karjalaisen lukijoiden suhtautumista verkkolehden maksullisuuteen. Tutkimuksen mukaan 60 prosenttia haastatelluista ei olisi valmis maksamaan Verkko-Karjalaisen sisällöstä. Toisaalta 52 prosenttia haastatelluista olisi valmis maksamaan sisällöstä, mikäli tarjolla olisi uusia palveluita ja laajennettu verkkolehti. (Mikkonen & Turunen 2004, 29.) Tämä osoittaa sen, että lukijat ovat tarpeen vaatiessa valmiita maksamaan, mutta ovat samaan aikaan hyvin laatutietoisia. Lukijat haluavat rahoilleen vastinetta.

Nykyään Keskisuomalaisen verkkopalvelu hankkii tuottoensa pääosin ilmoitusmyynnistä. Lisäksi uuden kestotilaajille tarkoitetun digipaketin toivotaan lisäävän verkkopalvelun tuottoja. Digipaketin kerran vuodessa suoritettava maksu sopii paremmin nykyihmisen kiireiseen elämänrytmiin. Vuodessa digipaketti tulee maksamaan kestotilaajalle 25,50 euroa. Hakaniemi kuitenkin myöntää, että kovin kannattavaa verkkojulkaisun pitäminen ei ole. Keskisuomalainen Oy:ssä nähdään kuitenkin, että toimiva ja houkutteleva verkkolehti vahvistaa myös sa-

nomalehden myyntiä. Siksi verkkojulkaisuun ollaan valmiita panostamaan jatkossakin. (Hakaniemi 2011.)

Savon Sanomien verkkojulkaisu hankkii sekin tulonsa bannerimyynnillä. Osa tuotoista tulee myös oheistuotteiden, kuten Etuovi.com- ja Autotalli.com-palvelujen kautta. Savon Sanomien verkkolehteen ollaan myös mietitty lehden kestotilaajille vastaavaa digipakettia kuin Keskisuomalaisessa. ”Seuraamme ensin, kuinka digipaketti lähtee vetämään Keskisuomalaisella”, Murtosaari kertoo. (Murtosaari 2011.)

Ess.fi-verkkopalvelun verkkotuottaja Jari Suomalainen kertoo, että Etelä-Suomen Sanomien verkkolehti itsessään ei juurikaan tuota, mutta siihen liitetyt oheistuotteet, kuten Oikotie.fi ja Menokatu.fi, tuottavat. Lisäksi Pelicans.fi-sivusto on Etelä-Suomen Sanomien ylläpitämä sivusto. Etelä-Suomen Sanomien verkkopalvelu on kasvattanut tuottoaan jatkuvasti. Verkkolehden uutisia Etelä-Suomen Sanomat eivät aio jatkossakaan maksullistaa. Ainoastaan verkkolehden oheistuotteet pidetään maksullisena. (Virtanen 2011.)

Verkkojulkaisujen suurin tulonlähde ovat siis kiistämättä mainokset. Verkkolehdistä mainostaminen on mahdollistanut tulojen saannin. Mainokset ovat usein yhä massiivisempia, koko ruudun täyttäviä bannereita. Nyrkkisääntönä näyttää olevan, että mikäli mainos on suuri printin puolella, on mainoksen oltava myös verkossa massiivinen. Kauppalehden internetmainonnan kehityspäällikön Anu Vuokon mukaan nykyään verkkomaailmassa nähdään mahdollisuus samanlaiseen näyttävään brändimainontaan kuin printtimediassakin. Verkko mahdollistaa yhä räätälöidymmät mainokset kuluttajille. Mainosten toteuttamistavat ovat erilaistuneet ja määrä kasvanut. Perinteiset bannerit ja tekstilinkit pitävät yhä pintansa. Myös videomainokset verkossa ovat yleistyneet. Tyypillinen tapa mainostaa verkossa on sivun päälle aukeava pop-up-ikkuna, jonka sisältö voi olla tekstiä tai videota. Verkko on mahdollistanut erilaisten mainospakettien suunnittelun. Verkkomainonnasta voi joutua maksamaan ylimääräistä tai sen saa ilmaiseksi, jos ilmoittaa printtilehdessä. (Rossi 2011, 41.)

Suomessa verkkolehden tulonlähteet ovat vielä hyvin rajalliset. Sen sijaan suuret eurooppalaiset ja amerikkalaiset lehdet ovat kehittäneet uusia tapoja kerätä verkkopalvelullaan tuottoja. Esimerkiksi brittiläinen Daily Telegraph myy verkkokaupassaan lähes kaikkea kirjoista puutarhatarvikkeisiin, samoin tanskalainen Berlingske Tidende. Amerikkalainen talousjulkaisu Forbes alkoi myydä blogitilaa mainostajille. Sisällön sponsorointisopimukset yleistyvät ja ovat jo käytössä myös brittiläisen Guardianin ala-sivustoilla. Ruotsalainen Aftonbladet on menestynyt myymällä maksullisia jäsenyyksiä sadoilletuhansille lukijoilleen Painonpudotus- ja Uniklubiinsa. (Aitamurto 2011, 42.)

Uudessa, kaupallistuvassa toimintaympäristössä myös journalistin työ muuttuu. Kuten VentureBeatin toimittaja Dean Takahashi toteaa, journalisti ei enää ole vain sisällön tuottaja, vaan yhtä lailla tapahtumien järjestäjä ja yhteistyökumppaneiden etsijä. Samalla journalismin koskemattomuus on koetuksella: tapahtumabisneksen ja sponsorisopimusten etsintä asettaa uusia haasteita journalismin ja journalistin itsenäisyydelle. Kuinka kritisoida mainostajaa, jonka varassa lepää kokonaisen osaston tuotanto, tai yrittäjää, josta on tulossa satojatusiansia dollareita tuottavan tapahtuman pääpuhuja? (Aitamurto 2011, 42.)

6 Toimintasuunnitelma

6.1 Karjalaisen verkkotoimitus

Lähdin puntaroimaan Keskisuomalaisen, Savon Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimitusten päälliköiden haastattelujen pohjalta tutkimusongelmaani: Miten käytännössä tehostaa Verkko-Karjalaisen toimittamisen työkäytäntöjä? Kuinka saada Verkko-Karjalaiseen myös lehdestä erillistä sisältöä? Tämän toimintasuunnitelman esittelin myös Karjalaisen johdolle.

Haastattelujen perusteella Karjalaiseen kaivattaisiin erillistä verkkotoimitusta, jonka vastuulla on pelkästään verkkolehden päivittäminen ja toimittaminen. Näin verkkolehden saataisiin jatkuvasti tuoretta ja sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä. Näin vahvistettaisiin myös sanomalehden asemaa: kestotilaajat

saisivat ainutlaatuista verkkolehdestä poikkeavaa sisältöä maksamalla lehden tilauksesta. Toisaalta monipuolinen verkkolehti houkuttelisi sanomalehdelle uusia tilaajia.

Verkko-Karjalaisen toimittaminen olisi hyvä järjestää kolmen verkkotoimittajan vastuulle työkierron vuoksi. Verkkotoimittajien vuorot jakaantuisivat kahteen vuoroon: ilta- ja aamuvuoroon. Aamuvuoro alkaisi kello 8.00 samoin kuin toimitussihteereillä ja loppuisi kello 16.00. Iltavuorolainen tulee töihin kello 15.00 ja lopettaa kello 23.00. Näin verkkotoimittajilla on yksi tunti kello 15.00–16.00 välillä käydä läpi päivän tapahtumat ja päivittää verkko kahden verkkotoimittajan voimin. Lisäksi iltavuoroon tuleva verkkotoimittaja ehtisi osallistua toimituksen ilta-päiväpalaveriin, joka pidetään yleensä 15.00–16.00. Viikonloppuisin työvuorossa olisi yksi verkkotoimittaja kello 13.00–21.00. Viikonloppuisin kaksi viimeistä tuntia verkkolehteä päivittäisivät sanomalehden toimitussihteerit. Lisäksi kullakin toimittajalla olisi yksi projektivuoro viikossa, kuten kaikissa tutkimissani verkkotoimituksissa. Projektivuorossa oleva toimittaja voisi tehdä pidempiä juttuja verkkolehteen tai esimerkiksi videoinserttiä. Projektivuorot olisivat pääsääntöisesti aamuvuoroja kello 9.00–17.00, mutta tarpeen vaatiessa projektivuoro voisi olla myös ilta- tai välivuoro. Kaikista kolmesta haastattelusta kävi ilmi, että verkkotoimittajilta vaaditaan pottämätöntä uutisvainua sekä innostusta työhön. Lisäksi verkkotoimittajan täytyy olla nopea ja osata käsitellä multimediatekniikka.

Ennen kaikkea verkkotoimitus vaatisi taakseen vahvan ja idearikkaan esimiehen, jolla olisi riittävä tietämys verkkojournalismista. Verkkotoimituksen esimiehen täytyy osata tehdä määrätietoisia linjauksia siitä, millainen sisältö sopii verkkoon ja millainen ei. Hänellä pitäisi olla myös innostusta kehittää verkkolehteä jatkuvasti eteenpäin niin, että se kasvattaisi koko ajan lukijamääräänsä. Verkkotoimituksen esimiehen työtehtäviä voisi verrata sanomalehden uutispäällikön työhön. Uutispäällikkö johtaa päätoimittajan rinnalla lehden toimitustyötä. Toimituksen esimiehenä hän johtaa käytännön työtä sekä lehden sisällön suunnittelua ja kehittämistä. (Ammattinetti 2008.)

Savon Sanomissa, Keski-suomalaisessa ja Etelä-Suomen Sanomissa verkkotoimitukset ovat tiivis osa koko toimitusta. Täten verkkotoimituksien käytettävissä ovat yhtä lailla toimituksen valokuvaajat. Näin tulisi olla myös Karjalaisessa. Verkkotoimittajien käytettävissä olisivat valokuvaajat sekä K5:n videokuvaajat. Näin verkkoon saataisiin jatkossakin videokuvaa. Myös erilaisia kuvasarjoja voitaisiin suunnitella verkkoon yhteistyössä valokuvaajien kanssa.

6.2 Työtehtävät

Niin sanotun päivystävän verkkotoimittajan työtehtäviin kuuluisi pelastuslaitoksen tilannehuoneen seuraaminen ja tehtävien uutisoiminen sekä verkkoon että lehteen. Lisäksi verkkotoimittaja editoisi poliisitiedotteet verkkoon ja lehteen, aivan kuten kaikissa tutkimissani verkkotoimituksissa. Näin sanomalehden toimittajat ja toimitussihteerit voisivat keskittyä pelkästään sanomalehden tekemiseen. Mikäli jokin suuri onnettomuus sattuisi, voitaisiin harkinnan mukaan paikalle lähettää joko verkkotoimittaja tai sanomalehden toimittaja. Hätätilanteissa verkkotoimittajien ja sanomalehtitoimittajien välisen yhteistyön tärkeys korostuu. Parhaimmillaan se voisi toimia esimerkiksi niin, että sanomalehtitoimittaja soittaa onnettomuuspaikalta verkkotoimittajalle, joka kirjoittaa sanelun mukaan juttu verkkoon. Näin tieto saataisiin nopeasti verkkolehteen. Toimittajan ja kuvaajan saavuttua toimitukseen voitaisiin juttua vielä muotoilla ja liittää siihen kuva. Verkossa julkaistua sähköttä voitaisiin sitten käyttää suoraan seuraavan päivän lehdessä ja merkitä kirjoittajaksi sekä sanomalehden toimittaja että verkkotoimittaja.

Verkkotoimittaja seuraisi työvuorossaan myös jatkuvasti muita medioita ja tekisi tärkeistä uutisista oman version verkkoon. Lisäksi Facebook-sivuston päivittäminen ja verkkolehden keskustelupalstan moderointi olisi verkkotoimittajan vastuulla. Uutistoimituksen puhelimeen vastaaminen sekä sähköpostin seuraaminen kuuluisivat nekin verkkotoimittajan työtehtäviin. Yksi tärkeimmistä tehtävistä olisi varmasti etusivun editoiminen ja sen jatkuva päivittäminen. Verkkotoimittaja lisäisi STT:n uutisiin kuvia arkistosta ja pitäisi huolen, että pääuutinen vaihtuu muutaman tunnin välein. Etusivuun panostaminen pitää lukijoiden kiinnostuksen yllä. Jatkuvasti päivittyvä etusivu tuo lukijat sivuille yhä uudestaan.

6.3 Tiedonkulku

Verkkotoimituksen ja sanomalehden toimituksen välisestä tiedonkulusta on huolehdittava. On myös tärkeää, että verkkotoimitusta ei pidetä erillisenä osana toimitusta. Yhteen hiileen puhaltaminen palvelee kaikkien etua toimituksessa. Verkkotoimituksen tulisi sijaita Karjalaisen toimituksen deskissä lähellä toimitussihteereitä ja kuvatoimittajia tiedonkulun takaamiseksi. Jotta tiedonkulku parantuisi, tulisi verkkotoimituksen osallistua toimituksen aamu- ja iltapäiväpalavereihin, joissa käytäisiin läpi sanomalehden lisäksi myös verkkolehden sisältö päivittäin. Aamupalavereissa päätettäisiin, mitkä sanomalehden jutut tulevat verkkoon. Näin sanomalehden toimittaja osaisi varautua tekemään verkkosähkeen jutustaan. Tämä käytäntö oli käytössä kaikissa tutkimissani verkkotoimituksissa. Sanomalehden toimittajalle tulisi kertoa, mitä asioita verkkosähkeeseen halutaan, jotta toimittajan ei tarvitsi arvuutella sitä itse. Verkkotoimittaja huolehtisi jutun editoimisesta verkkoon.

Toimituksen yhteisten palavereiden lisäksi Karjalaisen verkkotoimitus kokoontuisi kerran viikossa omaan palaveriinsa. Palaverissa käytäisiin Savon Sanomien tapaan läpi viikoittaiset juttuaiheet, jotka verkkotoimituksen esimies on koonnut. Tämän lisäksi toimittajat saisivat ehdottaa omia aiheitaan. Viikkopalaverissa jaettaisiin aiheet kullekin toimittajalle ja sovittaisiin deadlinet jutuille. Lisäksi palavereissa käytäisiin läpi muut toistuvat asiat. On tärkeää, että verkkotoimituksella on esimerkiksi kuukausittainen kasvutavoite. Savon Sanomien verkkolehden tapaan Verkk-Karjalaisen täytyisi jatkuvasti pyrkiä kasvattamaan lukijamääräänsä. Kun tavoite on valmiiksi mietitty, on sitä helpompi tavoitella. Yhteiset tavoitteet lisäävät myös työmotivaatiota. Verkkotoimituksen tavoitteena voisi olla lukijamäärän kasvattamisen lisäksi valtakunnallisen näkyvyyden lisääminen. Maakunnallisten aiheiden lisäksi pyrittäisiin lisäämään niin sanottua skuuppiaineistoa. Etenkin verkossa julkaistut valtakunnallisesti merkittävät aiheet kiertävät niin sosiaalisessa mediassa kuin muissa verkkolehdissäkin ja tuovat parhaimmillaan uusia lukijoita verkkolehdele.

7 Esitys ja ryhmäkeskustelu

7.1 Palaute

Pidin esityksen Karjalaisen johdolle torstaina 1.12.2011. Esitykseen ja sen pohjalta käytyyn ryhmäkeskusteluun osallistuivat Karjalaisen päätoimittaja Pasi Koivumaa, toimituspäällikkö Kari Kontkanen sekä Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n toimitusjohtaja Jyrki Utriainen. Aloitin tilaisuuden esittelemällä aihetta lyhyellä PowerPoint -esityksellä. Olin koonnut esitykseen toimitussihteerien sekä verkkovastaavien haastatteluissa esiin tulleita kommentteja. Toin aluksi esiin ne epäkohdat, jotka ovat tällä hetkellä nähtävissä Verkko-Karjalaisen toimittamisessa. Tämän jälkeen esittelin parannusehdotukseni, jotka pohjasin verkkovastaavien haastatteluihin. Lopuksi esittelin toimintamallin, jonka uskoisin sopivan Karjalaisen tarpeisiin. Otin esityksessäni esille myös verkkolehtien juttuvaihdon ja kerroin, miten siihen suhtauduttiin yhteistyökumppaneiden verkkotoimituksissa. Raha-asioita kävin läpi nopeasti muutamalla dialla. Kerroin, mistä yhteistyöverkkolehdet saavat suurimmat tuotonsa.

Olen tyytyväinen esitykseni kulkuun. Osasin perustella asiani vakuuttavasti ja muistin kertoa kaiken oleellisen. Myös kuulijat jaksoivat keskittyä esitykseen alusta loppuun asti. Esitykseni jälkeen aloitimme ryhmäkeskustelun. Annoin keskustelun kulkea omalla painollaan, vaikka minulla oli varmuuden vuoksi mietittynä joitakin kysymyksiä johdolle, mikäli keskustelu jäisi polkemaan paikoilleen. Näin ei kuitenkaan käynyt. Kävimme keskustelua noin 45 minuutin ajan. Kaikki osallistujat saivat käyttää vapaasti puheenvuoroja. Myös itse pyrin osallistumaan aktiivisesti keskusteluun ja esittämään vasta-argumentteja.

Keskustelun avasi toimituspäällikkö Kari Kontkanen, joka kritisoi sitä, että olin jättänyt talousasioiden tutkimisen liian vähälle. Hän oli kiinnostunut kuulemaan, onko jokin tutkimistani verkkolehdistä voittoa tuottava. Vastasin hänelle, että vielä näin ei ole. Tutkimani verkkolehdet eivät ole tappiollisia, mutta eivät tuota voittoaakaan. Tällä hetkellä verkkolehdet pyrkivät aktiivisesti kehittämään uusia keinoja, joilla tehdä toiminta kannattavaksi. Esimerkkinä tästä on Keskisuomalaisessa jo käyttöön otettu digipaketti. Kontkasen mielestä olin lisäksi tuonut esi-

tyksessäni liian painokkaasti esille sen, että erillisen verkkotoimituksen avulla Karjalainen voisi ”varastaa” toisten medioiden juttuja ja tehdä niistä oman version verkkolehden. Hänen mielestään Karjalaisen vahvuus on juuri paikalliset uutiset, joista muut mediat eivät kerro yhtä kattavasti. Hän ei arvosta iltapäivälehtien journalistista tyyliä kopioida muiden medioiden juttuja ja julkaista niitä omilla verkkosivuillaan.

Jyrki Utriainen toi puheenvuorossaan esille, että myös Verkko-Karjalaisessa otetaan käyttöön digipaketti vuoden 2012 alussa. Digipaketin avulla Verkko-Karjalaisen kävijämäärä pyritään saamaan nousuun. Utriainen painotti, että ilman laadukasta journalistista sisältöä näin ei kuitenkaan tule käymään. Laadukkaan sisällön tuottamiseen vaaditaan työntekijät, jotka panostavat verkkolehden tekemiseen seitsemänä päivänä viikossa. Tällä hän viittasi siihen, että verkkopalvelun tarpeisiin tarvittaisiin erillinen verkkotoimitus, joka pystyisi huolehtimaan verkkolehden jatkuvasta päivittämisestä ja huolehtimaan siitä, että sisältö on laadukasta. Utraisen mielestä K5 on paljon mukana verkkopalvelun päivittämisessä, mutta se pelkästään ei riitä. Utriainen näkee erityisen huolestuttavana erillisen uutismaisen sisällön tuotannon. Hän korostaa, että siihen on panostettava tulevaisuudessa enemmän.

7.2 Ei erilliselle verkkotoimitukselle

Pasi Koivumaa antoi kriittistä palautetta käyttämästäni tutkimusmenetelmästä. Hän ei pidä yllättävänä, että toimitussihteerit haluavat ulkoistaa verkkolehden päivittämisen erilliselle verkkotoimitukselle. Myös verkkovastaavien haastattelut puoltavat hänen mielestään liiaksi erillistä verkkotoimitusta. Hän olisi toivonut tutkimusmenetelmäksi jotakin muuta.

Pasi Koivumaa kertoi puheenvuorossaan, että hänen mielestään verkkolehden merkitys on vähentynyt, sillä uudet sähköiset jakelukanavat valtaavat alaa. Hän painotti, että mobiilipalvelujen sekä tablettien merkitys uutisten jakelukanavana kasvaa jatkuvasti. Hänen mielestään myös verkkolehden journalistinen sisältö on menettänyt merkitystään. Hän ei tästä syystä enää usko ”perinteisen verkkotoimituksen” toimivan.

Sen sijaan Koivumaa uskoo, että integroimalla verkkotoimittaminen sanomalehtitoimittajien ja toimitussihteerien työhön saadaan parempia tuloksia. Hän korostaa, että sanomalehtitoimittajien ja toimitussihteerien on osattava tehdä myös niin sanottuja verkonomaisia juttuja. Verkkotoimittamista ei hänen mielestään pidä ulkoistaa muusta toimitustyöstä erilliselle verkkotoimitukselle. Hänen mielestään K5 ajaa hyvin verkkotoimituksen asiaa sanomalehden sisällöstä erillisen sisällön tuottamisessa. Vaarana erillisessä verkkotoimituksessa on hänen mielestään se, että sanomalehdentoimittajat eivät kokisi verkkotoimittamista enää omaksi työtehtäväkseen, vaan luottaisivat, että joku muu tekee verkkosähkeet heidän puolestaan. Koivumaa kertoo, että ohjeena verkkosähkeen tekemisessä on, että kaikista sanomalehden jutuista, joissa on oikea uutinen, on tehtävä myös verkkoon sähke. Ohjetta ei kuitenkaan ole haluttu korostaa liikaa, koska verkkolehden ja sanomalehden sisältöä on haluttu eriyttää jatkuvasti toisistaan.

Tutkimustani Koivumaa kritisoi siitä, että olen tutkinut verkkolehteä puhtaasti journalistisena yksikkönä. Hänen mielestään tulisi puhua pikemminkin verkkopalvelusta. Halusin tuoda esille, että tarkoitukseni ei ole tutkia koko Karjalaisen verkkopalvelua, vaan ainoastaan sen uutistuotannon osaa, joten siinä mielessä on relevanttia puhua *verkkolehdestä*. *Verkkopalvelusta* puhun silloin, kun viittaa käsitteellä koko verkkojulkaisuun, joka sisältää sekä journalistisen osan että oheistuotteet.

7.3 Lopputulos

Karjalaisen johto myönsi, että nykyinen organisaatio ei palvele verkkoon tekemisen työkäytäntöjä riittävän hyvin. Koivumaan mukaan Verkko-Karjalaiseen ei julkaista riittävän kattavasti edes oman alueen uutisia saatikka sitten valtakunnallisia. Hänen mielestään Verkko-Karjalaisen työkäytäntöjä tulisi tehostaa niin, että sanomalehden uutisista saataisiin verkkoon niin sanottuja teasereita eli lyhyitä uutispätkiä, jotka houkuttelevat lukemaan koko jutun lehdestä. Lisäksi hän toivoo verkkolehden myös printtilehden sisällöstä erillistä sisältöä. Aiemmin keskustelussa hän toi esiin ”perinteisen verkkotoimituksen” käsitteen. Hän ilmaisi, että hän ei usko tällaiseen perinteiseen verkkotoimitukseen. Kysyin hä-

neltä, mitä hän tarkoittaa tällä käsitteellä, ja hän vastasi, että perinteinen verkkotoimitus tuottaa hänen mielestään ainoastaan uutissisältöjä verkkolehteen. Hän kuitenkin toivoo verkkotoimitukselta enemmän. Hän kaipaa Karjalaiseen niin sanottua monimediatoimitusta, joka seuraa aktiivisesti Facebookia ja muita sosiaalisia medioita. Toin esityksessäni esille, että tällaista monimediatoimitusta minäkin ajan takaa. Monimediaosaaminen oli myös vahvasti esillä tutkimissani verkkotoimituksissa. Facebookia ja muita sosiaalisia mediaa, kuten Twitteriä, ei voi enää ohittaa uutismaailmassa. Verkkotoimittajan on oltava jatkuvasti valppaana ja seurattava myös muita medioita. Esityksessäni kerroin, että tällä hetkellä toimitussihteereillä ei ole aikaa seurata muita medioita sanomalehden teon ohessa. Erillisen verkkotoimituksen/monimediatoimituksen avulla tähän jäisi aikaa.

Kari Kontkanen toi keskustelussa esiin, että etenkin suuronnettomuuksissa tällainen erillinen verkkotoimitus olisi paikallaan. Tällä hetkellä suuronnettomuuksista uutisointi verkkoon on vielä alkutekijöissään. Suuronnettomuuksissa lukijat haluavat jatkuvasti uutta tietoa tapahtumista ja paikallislehden pitää pystyä sitä antamaan heille. Myös Jyrki Utriainen korosti, että juuri uutisoinnin nopeuteen kaivataan parannusta. Usein jopa valtakunnalliset verkkolehdet, kuten Ilta-Sanomat tai Iltalehti, kertovat paikallislehtiä nopeammin, mitä Pohjois-Karjalassa on tapahtunut.

Keskustelu kääntyi käsittelemään resursseja. Osasin jo etukäteen odottaa, että ehdotukseni tulee kaatumaan juuri raha-asioihin. Pasi Koivumaa korosti, että Karjalainen on tutkimani lehtinelikon pienin lehti, jolloin myös resurssit ja mahdollisuudet investoida uuteen ovat huomattavasti pienemmät. Tämän takia työtehtäviä joudutaan integroimaan muuhun tekemiseen. Koivumaa painotti, että toimitussihteerien pitäisi valvoa, että toimittajat tekevät verkkoon sähköitä. Jos toimittajat eivät tee omista jutuistaan verkkosähköitä, tulee toimitussihteerien reippaasti vaatia sitä.

Kysyin lopuksi, miten Verkko-Karjalaisen työkäytäntöjä tulisi käytännössä tehostaa. Pasi Koivumaa mielestä suurimpia uudelleen ohjauksen tarpeita ovat vastualueiden selkiyttäminen sekä tiedonkulun parantaminen. Hän korosti, että

sanomalehtitoimittajat on saatava aktiivisemmin verkkolehden päivittämiseen mukaan.

7.4 Listatoimittaja verkkolehden tarpeisiin

Kari Kontkanen ehdotti, että Karjalaisessa voitaisiin palata entiseen malliin, jossa niin sanotut listatoimittajat päivittäisivät verkkolehteä. Listatoimittajalla hän tarkoittaa henkilöä, joka tekee poliisitiedotteista ja pelastuslaitoksen tehtävistä sähköitä sekä sanoma- että verkkolehteen. Listatoimittaja seuraisi uutisvirtaa ja päivittäisi uutisia verkkoon. Myös Pasi Koivumaa ja Jyrki Utriainen kokivat, että Kontkasen ehdottama malli voisi olla toimiva ja sopia myös tämänhetkiseen taloustilanteeseen. Tämä listatoimittaja tai niin sanottu online-toimittaja istuisi deskissä yhdessä toimitussihteerien kanssa. Online-toimittajan työalueeseen ei kuuluisi ainoastaan verkkolehden päivittäminen, vaan myös mobiiliin ja tabletin sekä Facebookin ja Twitterin päivittäminen. Kontkasen mukaan työntekijä voisi olla sanomalehden toimittaja, joka on kiinnostunut verkkopuolesta. Tehtävässä voisi hänen mukaansa olla esimerkiksi vuorotellen kaksi toimittajaa, jotka tekisivät online/listatoimittajan työtehtäviä maanantaista perjantaihin. Viikonloppuisin verkkolehden päivittämisestä vastaisivat toimitussihteerit.

Toinen vaihtoehto olisi, että online-toimittajan tehtävistä vastaisi aina siihen vuoroon tuleva henkilö. Hän myöntää, että jos työvuorossa olisi joku tietty toimittaja, olisi työnjälki varmasti parempaa, koska tämä henkilö kartuttaisi jatkuvasti kokemusta työtehtävistään. Kari Kontkanen lupasi, että heti kun Karjalaisella on riittävät resurssit, aloitetaan listatoimittajan käyttö jälleen.

Jyrki Utriainen korosti, että tuleva listatoimittajakin vaatii esimiehen, joka määrää ja valvoo, mitä verkkoon laitetaan kunakin päivänä. Hänen mielestään on myös tärkeää, että K5 ja Karjalainen rupeavat tekemään yhteistyötä tiedonkulun parantamiseksi. Karjalaisen on tiedettävä, mitä K5 tekee verkkoon kunakin päivänä ja toisin päin. Ehdotin Utriaiselle, että K5 voisi osallistua toimituksen aamupalaveriin, joissa käytäisiin läpi myös verkkolehden sisältö. Kontkasen mielestä ehdotus oli hyvä, ja myös Utriainen suostui siihen. Kontkasen mielestä K5:n osallistuminen aamupalaveriin lisäisi tiedonkulkua ja verkkolehden mer-

kitystä. Aamupalavereissa verkkolehti voitaisiin käydä näin hieman jäsenllymmiin läpi.

Vain muutama viikko Karjalaisen johdolle pitämäni esityksen jälkeen opinnäyte-työni toimeksiantajan edustaja Jyrki Utriainen ilmoitti siirtyvänsä Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n toimitusjohtajan paikalta Yle Pohjois-Karjalan pääl-liköksi 16.1.2012 alkaen. Muutaman päivän päästä hänen paikalleen nimettiin Karjalaisen toimitussihteerinä työskennellyt Risto Salminen. Tässä yhteydessä päätettiin, että uusmediayhtiö lakkaa ja se fuusioidaan Karjalaiseen. Salmisesta tulee vuoden vaihteen jälkeen sähköisistä jakelukanavista vastaava uutispääl-likkö ja toimituksen uusmediaosaston esimies. Myös Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n ilmoitusmyyjät siirtyvät Karjalaisen ilmoitusmarkkinoinnin alaisuuteen. Muodollisesti yhtiöiden sulautuminen vie päätoimittajan Pasi Koivumaan mukaan muutamia kuukausia, mutta käytännössä muutos astuu voimaan heti. (Koivumaa 2011.)

8 Lopuksi

8.1 Päätelmät

Vaikka ehdotukseni ei mennyt sellaisenaan läpi, olen kuitenkin tyytyväinen sii-hen, että Verkko-Karjalaisen toimittamisen työkäytäntöihin saatiin tärkeitä pa-rannuksia. Tutkimuksen kannalta oli hyödyllistä, että toimituksen johto myönsi, että Verkko-Karjalaisen toimittamisen työkäytännöissä on parantamisen varaa. Pääsimme kehittämään Karjalaisen tarpeisiin sopivaa toimintamallia.

Kari Kontkasan ehdotus listatoimittajan käyttöönottamisesta oli mielestäni erit-täin hyvä ajatus. Toivon, että ehdotus pannaan käytäntöön, sillä jo yhden työn-tekijän avulla verkkolehden päivittämiseen saataisiin varmuutta, jota ei tällä het-kellä ole. Tällöin verkkolehteä olisi ainakin arkisin päivittämässä joku työntekijä, joka ei voisi sanoa, että hänen työtehtäviinsä verkkolehden päivittäminen ei kuulu, eikä hänellä ole sellaiseen aikaa. Online/listatoimittajan avulla verkkolehti saataisiin käytännössä jonkun tahon vastuulle, ja se jo itsessään on suuri saa-vutus matkalla kohti parempaa verkkolehteä.

Olen myös tyytyväinen, että ehdotukseni K5-toimituksen osallistumisesta koko toimituksen aamupalaveriinkin hyväksyttiin. Toivon, että tämä käytäntö otetaan käyttöön mahdollisimman pian. Lyhyt muutaman kymmenen minuutin aamupalaveri voi saada paljon aikaan niin yhteishengessä, tiedonkulussa kuin työnjäljessäkin. Tiedonkulku Karjalaisen ja K5-toimituksen välillä tulee taatusti paranemaan, kun aamupalaverissa otetaan huomioon myös K5:n työtehtävät. Karjalaisen toimittajat eivät tiedä, mitä muutaman metrin päässä olevassa K5:n toimituksessa tehdään.

Ymmärrän päätoimittaja Pasi Koivumaan perustelut sille, että Karjalaiseen ei ole mahdollista muodostaa isoa verkkotoimitusta, sillä osasin jo itsekin aavistella, että raha tulee ehdotukseni tielle. Päätoimittajana Koivumaan on otettava huomioon myös Karjalaisen tulostavoitteet ja suhteuttaa olemassa olevat resurssit sen hetkisiin tarpeisiin. Näin jälkeen päin ajateltuna vertailukohteeksi olisi ollut hyvä ottaa suurempien verkkotoimitusten lisäksi jokin pienempi sanomalehti, kuten Seinäjoella ilmestyvä Ilkka. Näin tutkimus olisi ollut huomattavasti realistisempi etenkin resurssien osalta. Ilkan levikki on lähes saman suuruinen kuin Karjalaisen. Vuonna 2010 Ilkan levikki oli 53 768 ja Karjalaisen levikki 45 584. (Levikintarkistus 2010.)

8.2 Loppuanalyysi

Kun aloin miettiä sopivia tutkimusmenetelmiä opinnäytetyölleni, oli minun ensisijainen tavoite hankkia tietoa siitä, miten muissa lehtitaloissa on kehitetty verkkoon tekemisen työkäytäntöjä. Toimeksiantajan kanssa päädyimme siihen lopputulokseen, että tutkisin nimenomaan Karjalaisen yhteistyökumppanilehtien verkkotoimituksia. Oma päätökseni oli ottaa lisäksi selvää, mitä toimitussihteerit ovat mieltä Verkko-Karjalaisen päivittämisestä. Pasi Koivumaan esittämä kritiikki käyttämiäni tutkimusmenetelmiä kohtaan oli oikeutettua ja aiheellista. Minun olisi pitänyt ottaa laajemmin huomioon verkkopalvelun taloudelliset mahdollisuudet ja Karjalaisen käytettävänä olevat resurssit. Mikäli olisin ottanut selvää

Karjalaisen resursseista, olisin voinut suhteuttaa parannusehdotukseni todelliseen tilanteeseen.

Painotin tutkimuksessani myös liiaksi pelkästään journalistisen sisällön merkitystä, vaikka todellisuudessa enää harvoin voidaan puhua pelkästä verkkolehdestä. Verkk-Karjalaisesta löytyy myös paljon muuta sisältöä kuin journalistista, sen takia on oikeutetumpaa puhua verkkopalvelusta. Ymmärsin vasta Karjalaisen johdon kanssa keskusteltuani, että verkkopalvelun pyörittäminen on liiketoimintaa, josta olisi tulevaisuudessa saatava tuottoja. Uskon, että tämä on myös syynä siihen, miksi lehtitalot näkevät mobiili- ja tablettisovelluksissa suuremman mahdollisuuden kuin perinteisessä verkkolehdessä. Niistä voidaan saada tuottoja.

Karjalaisen mobiili- ja tablettisovellukset sekä digipaketti julkaistaan keväällä huhti–toukokuun vaihteessa. Verkkosivuston mobiiliversio on jo olemassa, mutta varsinaista sovellusta ei vielä. Digipakettiin kuuluu verkon näköislehden lisäksi käyttöoikeus mobiili- ja tablettisovelluksiin ja ne muodostavat yhdessä myytävän kokonaisuuden. Palvelu maksaa myös kestotilaajille. Lopullista summaa ei ole vielä lyöty lukkoon. Jos asiakas ei tilaa varsinaista lehteä, maksaa digikokonaisuus arviolta 25–30 euroa kuukaudessa. (Salminen 2012.)

Mobiili- ja tablettisovellukset pitävät sisällään sekä painetun lehden että verkkolehden sisällöt. Painettu lehti näkyy alustavasti näköislehtenä, mutta voi olla, että materiaalia jäsennetään myös muutoin. Sovellukset on suunniteltu maksuttomiksi, mutta sovellusten sisällön saa käyttöön maksullisilla tunnuksilla. Sisältöä mobiili- ja tablettisovelluksiin sekä digipakettiin tuottaa Karjalaisen toimitus kokonaisuudessaan. Myös kumppanilehdistä ja avustajilta tulee materiaalia, mutta pääosin kuitenkin oman toimituksen kautta. (Salminen 2012.)

Olen samaa Koivumaan kanssa siitä, että mobiili- ja tablettisovellukset korostuvat jatkuvasti uutisten jakelussa, mutta mielestäni se ei tarkoita sitä, että niiden kustannuksella niin sanottu perinteinen verkkolehti menettäisi merkitystään. Päinvastoin nämä kolme jakelukanavaa tukevat toisiaan. Mielestäni on lisäksi hyvin epätodennäköistä, että mobiili ja tabletti syrjäyttäisivät aivan lähiaikoina

tietokoneelta luettavan verkkolehden, koska valtaosalla Karjalaisen lukijoista ei todennäköisesti ole vielä käytettävissään tablettia tai älypuhelinia.

Tämän vuoksi toivon, että Karjalaisessa ymmärrettäisiin tulevaisuudessa verkkojulkaisun mahdollisuudet niin kuin muissa Karjalaisen yhteistyölehdissä on ymmärretty. Savon Sanomissa, Etelä-Suomen Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa verkkolehden ollaan valmiita panostamaan, vaikka siitä saatavat tuotot eivät yllä samoihin lukuihin kuin päätuotteen eli sanomalehden tuotot. Uskon, että jo pelkästään asenteiden muutos voisi parantaisi Verkko-Karjalaisen asemaa.

Karjalaisen ja Pohjois-Karjalan Uudet Mediat Oy:n fuusioituminen poistaa nykyisen osastojaon, jolloin K5:n toimitus on samaa toimitusta Karjalaisen toimituksen kanssa. Fuusioituminen lisää parhaimmillaan lehden ja K5:n toimituksen välistä tiedonkulkua ja yhteistyötä. Salminen on arvostettu työntekijä sanomalehden puolella, joten hän pystynee yhdistämään nämä kaksi toimitusta. Uskon, että K5 tulee jatkossa olemaan yhä enemmän osallisena verkon sisällöntuotannossa. Vielä on kuitenkin mahdotonta ennustaa, miten K5:n toiminta tulee muuttumaan fuusioitumisen myötä. Uskon kuitenkin, että Verkko-Karjalaisen asema tulee fuusioitumisen myötä korostumaan yhä enemmän. Tämän myötä myös Verkko-Karjalaisen arvostus tulee lisääntymään.

Pasi Koivumaa kertoi keskustelussa, että sanomalehtitoimittajien aktiivisempi osallistuminen Verkko-Karjalaisen toimittamiseen on yksi suurimmista uudelleen ohjauksen tarpeista. Mielestäni tämä tavoite pitää tuoda esille selkeästi toimituksessa, sillä tällä hetkellä verkkosähkeen tekemiseen ei tule velvoitteita toimittussihteerien eikä johdon puolelta. Tämä johtuu Koivumaan mukaan siitä, että verkkosähkeen julkaisemista ei ole haluttu liiaksi korostaa sanomalehtitoimittajille, sillä sanomalehden ja verkkolehden sisältöä halutaan erityttää. Tämän takia myös sanomalehtitoimittajilla on ristiriitaisia ohjeita verkkolehden julkaisemisesta. Verkkosähkeen tekemiseen olisi hyvä olla yhteiset kirjalliset säännöt, joihin voisi palata tarpeen tullen. Yhteisen ohjeistuksen avulla käytäntö saataisiin johdonmukaisemmaksi. Myöskin uusien toimittajien perehdyttämisessä olisi hyvä tuoda painokkaammin esille verkkosähkeen kirjoittaminen. Verkkosähkeen jul-

kaiseminen uudella toimitusjärjestelmällä olisi hyvä käydä läpi yhteisesti, sillä ainakin aluksi siinä oli ongelmia. Verkkosähkeet tuli julkaista vanhan toimitusjärjestelmän avulla.

Toivon lisäksi, että Karjalaisessa varataan tarpeeksi resursseja verkkopalvelun ja digipaketin sisällön tuottamiseen. Mikäli verkkopalveluun ja digipakettiin halutaan sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä on tämän sisällön tuottamiseen varattava tarpeeksi työvoimaa ja työaikaa. Verkkopalvelun ja digipaketin päivittämisen ei pitäisi liiaksi kuormittaa toimittajia sanomalehtityön ohessa. Mikäli monimediatekeminen halutaan integroida muuhun tekemiseen, pitää se ottaa huomioon myös toimittajien päivittäisessä työmäärässä. Toimittajien ei voida olettaa tekevän yhden työpäivän aikana erillistä sisältöä sanomalehteen, verkkopalveluun ja digipakettiin. On tärkeää, että päivittäinen työmäärä suhteutetaan toimittajien työaikaan. Yhä lisääntyvä työmäärä voi aiheuttaa työuupumusta ja johtaa pahimmillaan henkilöstön sairaslomiin. Lisätyövoiman palkkauksessa säästetty summa voi näin aiheuttaa yritykselle moninkertaisen laskun.

Kun puhutaan monimediatekemisestä nousee keskusteluun myös moniosaajien palkkaus. Moniosaajat tekevät usein työtä, jonka tekemiseen tarvittaisiin perinteisessä uutistoimituksessa useampi tekijä. Näin ollen voisi kuvitella, että monimediaosaajan kuuluisi saada myös suurempaa palkkaa. Näin on kuitenkin vain valitettavan harvoin. Moniosaajuudella haetaan tehokkuuden lisäksi nimenomaan säästöjä. (Ruhkala 2002, 40.) Mikäli yritys palkitsisi työntekijänsä tämän moniosaajuudesta, lisäksi se myös motivaatiota tuottaa sisältöä useampaan välineeseen. Innostus oppia uutta ja kokeilla erilaisia työtehtäviä ei useinkaan riitä palkitsemaan työntekijää, mikäli työpäivät venyvät jatkuvasti liian pitkiksi monimediatekemisen aiheuttaman työmäärän vuoksi. Uskon kuitenkin vahvasti, että integroimalla monimediatekeminen toimittajien päivittäiseen työhön voidaan saada aikaan hyviä tuloksia. Tämä vaatii kuitenkin Karjalaisen toimituksen johdolta työvoiman uudelleen organisointia. Monimediatekeminen tulee sisällyttää muuhun työhön niin, että henkilöstö ei koe sitä riesana.

8.3 Jatkotutkimukset

Tulevaisuudessa Verkko-Karjalaisen toimituskäytäntöjä voisi lähteä kehittämään yhdessä Karjalaisen toimittajien kanssa mielekkäiksi. Minun oli tarkoitus selvittää opinnäytetyössäni myös Karjalaisen toimittajien näkemyksiä tämän hetkisistä työkäytännöistä kyselylomakkeen avulla. Kyselyn avulla olisin myös ottanut selvää siitä, minkälaisia uudistuksia he kaipaisivat työkäytäntöihin. Valitettavasti kysely ei sopinut opinnäytetyöni raameihin, mutta uskon, että se olisi tarpeellinen jatkoselvitys matkalla kohti parempia työkäytäntöjä Verkko-Karjalaisessa.

Lisäksi minun oli tarkoitus tutkia, millaisia sisältöjä Savon Sanomat, Keski-suomalainen ja Etelä-Suomen Sanomat julkaisevat verkkoon. Tarkoitukseni oli selvittää, näkyykö se, että näissä kolmessa sanomalehtitalossa on erillinen verkkotoimitus. Ehdin jo aloittaa seurannan, kunnes huomasimme sen olevan liian työläs tutkimusmenetelmä opinnäytetyöhöni. Huomasin kuitenkin muutama viikon seurannan aikana, että Karjalaisen, Savon Sanomien, Keski-suomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien verkkoon julkaisemien uutisjuttujen määrässä ei ollut suuria eroja. Suurimmat erot näkyivät sisällöissä. Karjalaisen verkkolehden maakunta uutisointi painottui usein poliisitiedotteiden pohjalta tehtyihin uutisiin, kuten ”rattijuopumus uutisiin”. Kolmella muulla lehdellä oli paljon verkkoon erikseen tehtyä sisältöä, joka oli usein muutakin kuin vain niin sanottuja rötösuutisia. Tähän saataisiin Karjalaisessakin parannusta erillisen verkkotoimituksen avulla.

Myös siinä, kuinka uutisjuttuja nostatetaan etusivulla, oli näkyviä eroja. Usein Karjalaisen sivuilla oleva valtakunnallisesti merkittävä uutinen saattoi hukkuu muiden sähkeiden joukkoon, kun taas sama uutinen esimerkiksi Keski-suomalaisen verkkolehdestä pomppasi lukijan silmille suurine otsikoineen ja kuvineen. Muiden maakuntalehtien verkkolehdet erosivat Verkko-Karjalaisesta merkittävimmin visuaalisuudellaan: uutisjutut saatiin näyttämään kiinnostavilta kuvilla ja suurilla otsikoilla.

Lähteet

- Ahvenainen, K. 2004. Sanomalehden monikanavainen uutistoimitusprosessi. Tapauksena sanomalehti Keskisuomalainen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Pro gradu –tutkielma.
- Aidantausta, M. 2011. Sairakkalasta löydettiin pääkallon lisäksi luita. Ess.fi. <http://www.ess.fi/?article=342715>. 21.10.2011.
- Aitamurto, T. 2011. Kehityssuuntia Yhdysvalloissa: sisältötehtaat, tutkivat tukut ja yrittäjyys. Teoksessa Kivimäki, S. (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2011. Tampere: Tampereen yliopisto. Journalismin tutkimusyksikkö, 37–45.
- Ammattinetti. 2008. Työtehtäviä toimituksessa. Työ- ja elinkeinoministeriö. <http://www.ammattinetti.fi/kulttuuriala>. 25.10.2011.
- Anygraaf. 2011. Sanoma Magazines Finland ottaa Neon käyttöön – 3T ensimmäisten joukossa. Helsinki: Anygraaf. http://www.anygraaf.fi/fin/etusivu/3t_701007.html. 18.10.2011.
- Anygraaf. 2010. Karjalainen, Keskisuomalainen, Savon Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat siirtyvät Anygraafin Neo-järjestelmään. Helsinki: Anygraaf. http://www.anygraaf.fi/fin/uutta/karjalainen_700645.html. 18.10.2011.
- Aro, J. 2011. Verkkouutisista kolmasosa kopioidaan tiedotteesta. Journalisti. 12/2011.
- Etelä-Suomen Sanomat. 2010. Päijäthämäläisen sanomalehden 110 vuotta. <http://www.ess.fi/?article=278715>. 13.10.2011.
- Fiare Oy. 2011. Yritysesittely. Helsinki: Fiare Oy. <http://fiare.fi/fi/Yritys>. 15.10.2011.
- Hakaniemi, K. 2011. KSML.fi uudistui. Keskisuomalainen. <http://www.ksml.fi/uutiset/keski-suomi/ksmlfi-uudistui/970091>. 25.10.2011.
- Heinonen, A. 1999. Journalism in the age of the net: changing society, changing profession. Tampere: University of Tampere.
- Heinonen, A. 2002. LEHDESTÄ MONEKSI. Monimediajournalismin koulutus-tarve sanomalehdissä. Tampere: Tampereen yliopisto. Journalismin tutkimusyksikkö. <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/jourttutkimus/monimediajour.pdf>. 16.10.2011.
- Hillamo, H & Kunttu, H. 2002. Tutkivan toimittajan internetopas. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. <http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/tutkiva/tti/toimittaja/muuta.htm#haastattelu>.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. painos. Helsinki: Tammi.
- Jörgensen, A. 2009. Lue lisää lehdestä, katso video verkossa – Toimittajien käsitteitä monikanavaisesta journalismista Keskisuomalaisessa ja Savon Sanomissa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro gradu- tutkielma.
- Kiviranta, Laura. 2001. Sanomalehtien verkkojulkaisut 2001. Tutkimus sanomalehtien verkkojulkaisujen toimituksellisista resursseista ja sisällöistä. Helsinki: Sanomalehtien Liitto.

- Koivumaa, P. 2011. Jyrki Utriainen maakuntaradion johtoon. Karjalainen. 15.12.2011.
- Kuusisto, P. & Pippuri, M. 1998. Verkkojulkaisun eväät. Tampere: Tampereen yliopisto. Journalismin tutkimusyksikkö. Tiedotusopin laitos.
- Kuusisto, P. & Sirkkunen, E. 1999. Journalismi uuden kynnyksellä. Tampere: Tampereen yliopisto. Journalismin tutkimusyksikkö. Tiedotusopinlaitos.
- KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2010. Tampere: Yhteiskunta-tieteellinen tietoarkisto.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html#kysymysasettelu>. 7.10.2011.
- Lehti, K. 2009. Etelä-Suomen Sanomat mukaan lehtikoalitioon. Jyväskylä: Keski-suomalainen. <http://www.ksml.fi/uutiset/talous/etela-suomen-sanomat-liitty-mukaan-yhteistyohon/423013>. 8.10.2011.
- Levikintarkastus. 2010. Levikkitilasto 2010.
<http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot.php>. 21.9.2011
- Markkinointi&Mainonta. 2009. Paperilehdestä luopuminen vei Taloussanomat ojasta allikkoon.
<http://www.marmai.fi/uutiset/paperilehdesta+luopuminen+vei+taloussanomat+ojasta+allikkoon/a273060>. 16.10.2011.
- Metrix. 2011. Suomen web-sivustojen viikkoluvut. Espoo: TNS Gallup Oy.
<http://tnsmetrix.tns-gallup.fi/public/>. 25.10.2011.
- Mikkonen, S. & Turunen, P. 2004. Verkko-Karjalainen: Verkkolehti, käyttäjien profiili ja kysymys maksullisuudesta. Joensuu: Mediakulttuurin keskus/Joensuun yliopisto.
- Rinkinen, J. 2004 Helsingin Sanomien Verkkoliitteen ja kantalehden suhde. Toimittajien näkemyksiä ja kokemuksia. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteidenlaitos. Pro gradu –tutkielma.
- Moilanen, P. 2004. Seitsenpäiväiset sanomalehdet verkossa: Lehtien näkemyksiä toiminnastaan verkossa, tuotteistaan ja asemastaan. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Lisensiaatintutkimus.
- Moilanen, R & Hynynen, S. 2009. Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj vuosikertomus 2009. Joensuu: Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj & Pohjois-Karjalan Ilmoitusvalmistus Oy.
- Nousiainen, R. 2007. Taloussanomat uuden ja vanhan muodon rajalla. Helsinki: Journalisti 21.12.2007.
<http://journalistiliitto.kotisivukone.com/tuotteet.html?id=53/191>. 16.10.2011.
- Pentikäinen, M. 2011. Hallitus painaa lehtiä ahdinkoon. Helsingin Sanomat. 21.8.2011.
<http://www.hs.fi/paakirjoitus/artikkeli/Hallitus+painaa+lehti%C3%A4+ahdinkoon/1135268700884>. 25.10.2011.
- Puustinen, J. 2010. Lakki käteen ja pitchaamaan. Talouselämä.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/lakki+kateen+ja+pitchaamaan/a400206>. 18.10.2011.
- Rossi, E.K. 2011. Kun paikallislehti siirtyy verkkoon – Toimintasuunnitelma paikallislehti Ylöjärven Uutisten verkkolehden kohentamiseksi. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Ruhkala, N. 2002. Moniosaajien työssä jaksaminen ja moniosaamisen vaikutukset journalistisen työn laatuun. Turku: Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

- Ruokolainen, I. 2004. Etlari ja Netlari - lähellä vai kaukana? Verkkolehden ja sanomalehden suhde yhden tapausesimerkin valossa. Helsinki: Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>. 16.9.2011.
- Salminen, R. Nykyinen K5-uusmediaosaston toimitusjohtaja. 2012. Sähköpostihaastattelu. 16.1.2012.
- Siippainen, M. Sanomalehti Karjalaisen toimittaja, työskenteli aiemmin verkko-toimittajana Verko-Karjalaisessa. 2012. Sähköpostihaastattelu. 10.1.2012.
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2010. Tieto- ja viestintäteknikan käyttö. Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html. 16.9.2011.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2004. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Utriainen, J. Pohjois-Karjalan Uudet Mediat toimitusjohtaja. 2011. Sähköpostihaastattelu. 14.10.2011.
- Vuorela, S. 2005. Haastattelumenetelmät. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Käytettävyydestutkimuksen menetelmät. Tampere: Tampereen yliopisto. Tietojenkäsittelytieteiden laitos. 37–52.
- Vanninen, S. 2007. Karjalaisen verkkopalvelu on uusittu. Karjalainen. http://www.karjalainen.fi/karjalainen/Etusivu/karjalaisen_verkkopalvelu_on_uusittu_3418498.html. 5.10.2011.
- Verko-Karjalainen. 2011. Norssin koulu-uhkaus oli aiheeton – paketissa paristoja ja kaukosäädin. http://www.karjalainen.fi/Karjalainen/Uutiset_maakunta/norssilaiset_kotiin_kouluuhkauksen_vuoksi_7417112.html. 10.10.2011.
- Yle Keski-Suomi. 2010. Keskisuomalainen lopetti verkkoartikkeleiden myynnin. http://www.yle.fi/alueet/keskisuomi/2010/11/keskisuomalainen_lopetti_verkkoartikkeleiden_myyntin_2133308.html. 19.10.2011.

Haastattelukysymykset verkkovastaaville

SANOMALEHTI KARJALAISEN YHTEISTYÖKUMPPANILEHTIEN (Savon Sanomat, Keskisuomalainen ja Etelä-Suomen Sanomat) VERKKOVASTAAVIEN HAASTATTELU.

1. Nimi ja tehtävä toimituksessa?
2. Kuinka monta lukijaa verkkolehdelänne on keskimäärin?
3. Kuinka monta henkilöä verkkotoimituksessanne työskentelee? Millaisissa työtehtävissä he työskentelevät?
4. Milloin erillinen verkkotoimitus muodostettiin taloonne? Miten verkkotoimitukseen syntyi?
5. Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, että lehteenne päätettiin muodostaa erillinen verkkotoimitus?
6. Miten Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien yhteinen verkkotoimitus toimii käytännössä? Julkaisujärjestelmä? Kommunikointi?
7. Miten verkkotoimitus käytännössä toimii? Mitä verkkotoimittajan työpäivään kuuluu?
8. Teettekö yhteistyötä sanomalehtitoimittajien kanssa? Jos teette, niin miten se käytännössä toimii?
9. Tekevätkö sanomalehden toimittajat verkkolehteen sisältöä?
10. Teettekö sanomalehtijutuista verkkoon verkkosähkeen?
11. Kuka tekee sähkeet verkkolehteen sanomalehtijutuista?
12. Käytetäänkö verkossa esiintyviä juttuja sanomalehdessä?
13. Oletteko mukana sanomalehden toimituksen aamupalavereissa? Jos olette, niin miten siellä käydään läpi verkkolehden päivittämistä?
14. Teettekö omaa, sanomalehdestä erillistä sisältöä verkkolehteenne? Jos teette, niin millaista esimerkiksi?
15. Tuottaako verkkolehteenne? Mistä tuotot tulevat?
16. Mitä hyviä puolia erillinen verkkotoimitus on tuonut?
17. Mitä huonoja puolia näette erillisessä verkkotoimituksessa?
18. Voisiko lehtikoalitioon kuuluvilla verkkolehdillä olla juttuvaihtoa? Millaisia sisältöjä verkkolehdissä voisi mielestäsi vaihtaa?
19. Miten itse päädyitte verkkotoimitukseen?

Haastattelukysymykset Karjalaisen toimitussihteereille

Toimitussihteereille lähettämäni sähköpostiviesti:

Teen opinnäytetyötä Karjalaisen verkkolehden päivittämisestä. Vastaisitko lyhyesti alla oleviin kysymyksiin.

1. Jääkö sinulle toimitussihteerin työvuorossa mielestäsi riittävästi aikaa Karjalaisen verkkolehden päivittämiseen? Perustele hieman vastaustasi.
2. Tuleeko lehden taittaminen työllistämään tulevaisuudessa toimitussihteerejä yhä enemmän?
3. Kenelle vastuu Verkko-Karjalaisen päivittämisestä mielestäsi kuuluu?
4. Millaisena työtehtävänä koet Verkko-Karjalaisen päivittämisen?
5. Pitäisikö Verkko-Karjalaisen sisältöön panostaa mielestäsi enemmän?

Jos sopii, niin mainitsen nimesi sitaattien yhteydessä. Tästä voidaan toki keskustella, jos se tuntuu vaikealta.

Yhteenvetotaulukko tutkimistani verkkotoimituksista

	Savon Sanomat	Keskisuomalainen	Etelä-Suomen Sanomat	Karjalainen
Lukijamäärä	130 000	120 000	80 000	50 000
Muodostettiin	2008	2007	2007	Ei ole verkkotoimitusta
Sijainti	Uutispöytä eli deski	Deski	Deski	Toimitussihteerit deski, K5 erillinen toimitus
Työntekijät	3 verkkotoimittajaa, yksi verkko tuottaja	3 verkkotoimittajaa, yksi verkko tuottaja ja yksi verkkoliikenteen päällikkö	5 monimediatoimittajaa, yksi verkko tuottaja	Toimitussihteerit, K5 ja sanomalehti-toimittajat
Työvuorot	Aamu-, ilta- ja viikonloppuvuorot	Aamu-, ilta- ja viikonloppuvuorot	Aamu-, ilta- ja viikonloppuvuorot	Aamu-, ilta- ja viikonloppuvuorot
Työtehtävät	Uutispäivystys: Poliisitiedotteiden ja pelastuslaitoksen hälytystiedotteiden editoiminen verkkoon, verkkomaisinten juttujen tekeminen (video yms.), Facebook-sivuston päivittäminen, muiden medioiden seuraaminen, keskustelujen moderointi	Uutispäivystys: Poliisitiedotteiden ja pelastuslaitoksen hälytystiedotteiden editoiminen verkkoon, verkkomaisinten juttujen tekeminen, Facebook-sivuston päivittäminen, muiden medioiden seuraaminen, keskustelujen moderointi	Uutispäivystys: Poliisitiedotteiden ja pelastuslaitoksen hälytystiedotteiden editoiminen verkkoon, verkkomaisinten juttujen tekeminen, Facebook-sivuston päivittäminen, muiden medioiden seuraaminen, keskustelujen moderointi, Radio Voiman uutiset	Toimitussihteerit uutisoivat verkkoon sanomalehden tekemisen ohessa, K5 tekee verkkoon uutisvideoita viikoittain, sanomalehti-toimittajat uutisoivat omista sanomalehtijutuistaan vaihtelevasti.
Osallistuminen palavereihin	Aamu- ja iltapäiväpalaveri sekä oma palaveri	Aamupalaveri	Aamupalaveri	K5 ei osallistu sanomalehden aamupalaveriin.
Maksullisuus	Maksullinen digipaketti mahdollinen	Maksullinen digipaketti	Ei maksullista uutissisältöä	Ei maksullista sisältöä
Juttuvaihto verkkolehdissä	Jo käytössä, myönteinen suhtautuminen	Epäröivä, vain valtakunnallisissa uutisissa	Myönteinen, juttuvaihtoa ollut jo käytössä	Myönteinen, ei ole ollut aiemmin
Aiheet	Viitteellisempää, kuin sanomalehdessä, urheilua	Maakunnallisia aiheita, vihteellistä sisältöä	Vihteellistä, maakunnallisia ja valtakunnallisia	Pelastuslaitoksen tehtävät, rattijuopumus uutisia, uutisvideoita
Yhteistyö sanomalehden kanssa	Jonkin verran	Pajon	Erityistilanteissa	K5:n ja sanomalehden välillä yhteistyö takkuilee
Sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä	Verkossa 10-20 erillistä juttua viikoittain	Verkossa valtaosa erillistä sisältöä	Verkossa valtaosa erillistä sisältöä	Vähän, ainoastaan uutisvideot

<<VERKKO-KARJALAINEN



UTISPÖYTÄ Keski-suomalaisen verkkotoimittajat istuvat uutispöydässä yhdessä toimitussihteerien kanssa. Verkkoliiketoiminnan päällikkö Kirsi Hakaniemi (kesk.) johtaa neljän hengen toimitusta. KUVA: KESKISUOMALAINEN

Monipuolisempaa sisältöä

Erillinen verkkotoimitus tehostaisi Verkko-Karjalaisen toimittamisen työkäytäntöjä. Sanomalehden sisällöstä poikkeava verkkolehti tukee myös päätuotetta.

Pohjois-Karjalan viestinnän koulutusohjelman opiskelija **Rebeca Romero** on tutkinut opinnäytetyössään, kuinka käytännössä tehostaa Verkko-Karjalaisen toimittamisen työkäytäntöjä.

Hän on aiemmin työskennellyt Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimituksessa ja lisäksi toiminut vuoden ajan viestinnän koulutusohjelman oman verkkolehden *Viiveen* päätoimittajana.

Tultuaan Karjalaiseen vuoden 2010 syksyllä ihmetteli hän kovasti sitä, että Karjalaisessa ei ollut ollenkaan verkkotoimitusta.

– Muistan jo silloin miettineeni, että tämä asia pitää korjata. Opinnäytetyöni aiheita ei siis tarvinnut lähteä etsimään kaukaa.

Romero uskoo, että verkkoon saataisiin ainutlaatuista, sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä muo-

”Verkkotoimitus on paitsi monipuolistanut verkkolehden sisältöä myös parantanut verkkojournalismin laatua.”

Rebeca Romero

dostamalla Karjalaiseen verkkotoimitus.

Opinnäytetyötänsä varten Romero haastatteli Karjalaisen yhteistyökumppanilehtien Etelä-Suomen Sanomien, Savon Sanomien sekä Keski-suomalaisen verkkotoimituksien verkkotuottajia heidän kokemuksistaan erillisestä verkkotoimituksesta.

– Haastatteluista ilmeni vahvasti, että lehden toimituksesta erillinen verkkotoimitus on paitsi moni-

puolistanut verkkolehden sisältöä myös parantanut verkkojournalismin laatua kaikissa tutkimissani verkkolehdissä. Lisäksi sanomalehden sisällöstä poikkeava verkkolehti palvelee kestotilaajia ja tuo sanomalehdelle uusia lukijoita, Romero listaa.

Selkeät vastualueet

Savon Sanomien verkkolehti saavuttaa viikoittain jopa 135 000 lukijaa. Kolmen työntekijän verkkotoimitus vahtii päivittäistä uutisvirtaa ja julkaisee ajankohtaisia uutisia jatkuvasti verkkoon, josta ne menevät myös seuraavan päivän lehteen. Tällöin sanomalehden toimittajille ja toimitussihteereille jää aikaa keskittyä ainoastaan sanomalehden tekemiseen. Etenkin kun toimitussihteerit myös taittavat sanomalehden tätä nykyä.

– Kaikilla on selkeät omat vastuualueensa, mikä näkyy myös työn jäljessä, niin verkko- kuin sanomalehdessäkin, Savon Sanomien verkkotuottaja **Jussi Murtasaari** toteaa.

Myös Keski-suomalaisen verkkoliiketoiminnan päällikkö **Kirsi Hakaniemi** pitää tärkeänä, että sanomalehtitalossa on yksi ydinporukka, joka on vastuussa verkkolehden päivittämisestä. Tällöin myös verkon kehittämisvastuu on yhdellä tietyllä ryhmällä.

– Olen huomannut, että jos moni eri taho on vastuussa jostain, niin loppujen lopuksi kukaan ei kuitenkaan ole vastuussa mistään, Hakaniemi toteaa.

10–20 verkkosähköä

Lähes 120 000 lukijaa viikoittain keräävä Keski-suomalaisen verkkolehti poikkeaa paljolti Keski-suomalaisen printtiversiosta. Hakaniemi painottaa, että verkkotoimitus pyrkii käyttämään sanomalehden aiheita mahdollisimman vähän, jotta sanomalehden lukijalle ei tulisi tunne, että hän on lukenut samat uutiset jo aiemmin verkosta. Juuri tämä oli syynä siihen, miksi Keski-suomalaiseen päätettiin muodostaa erillinen verkkotoimitus vuonna 2007.

Verkkolehdestä aiheet ovat usein hieman kevyempiä ja helpompia kuin sanomalehdessä. Verkkouutisoinnissa mennään Hakaniemen mukaan yhä enemmän iltapäivälehtien suuntaan.

– Aiheet ovat usein maakuntasidonnaisia, mutta myös valtakun-

”Aiheet ovat usein maakuntasidonnaisia, mutta myös valtakunnallisesti kiinnostavia aiheita pyritään ideoimaan.”

Kirsi Hakaniemi

nallisesti kiinnostavia aiheita pyritään ideoimaan, Hakaniemi kertoo.

Savon Sanomien verkkolehdestä sanomalehden juttuja käytetään jonkin verran. Ne eivät kuitenkaan muodosta pääosaa verkossa julkaistuista jutuista. Kukin verkkotoimittaja tekee verkkolehden viikoittain kymmenestä kahteenkymmeneen omaa juttua, joista osa menee myös sanomalehteen.

Tiedonkulkua tehostamaan

Kaikki kolme tutkimaani verkkotoimitusta ovat merkittävä osa koko toimitusta. Kaikissa näissä lehtitaloissa verkkotoimittajat työskentelevät fyysisesti niin sanotussa uutispöydässä, eli deskissä yhdessä toimitussihteerien kanssa. Verkkotoimittajat toimivat lehden uutispäivystäjinä. He vastaavat toimituksen uutispäivystysnumeroon, soittavat hälytyskierron ja seuraavat uutisvirtaa.

– Verkkotoimitus on sanomalehden toimitukselle suuri tuki, Murtasaari kiteyttää.

Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimittajat tekevät tiiviisti yhteistyötä sanomalehtitoimittajien kanssa. Verkkotoimittajat tekevät usein sisältöä sanomalehteen ja

sanomalehtitoimittajat verkkolehden. Lisäksi verkkotoimittajat ja sanomalehtitoimittajat saattavat jalostaa yhdessä jotakin suurempaa juttukokonaisuutta.

Etelä-Suomen Sanomissa käytäntönä on, että sanomalehden toimittaja kirjoittaa omasta uutisestaan nettisähkeen. Usein näin sovitaan jo aamupalaverissa.

Aamupalaverissa käydään koko toimituksen kesken läpi, mitä sanomalehteen ja verkkolehden laitetaan sinä päivänä.

– Näin sanomalehtitoimittaja tietää jo heti aamusta varautua tekemään myös verkkoon sähkeen omasta sanomalehtijutustaan Etelä-Suomen Sanomien verkkotuottaja **Teemu Virtanen** kertoo.

”Sanomalehtitoimittaja tietää jo heti aamusta varautua tekemään myös verkkoon sähkeen omasta sanomalehtijutustaan.”

Teemu Virtanen

Toisaalta näin vältetään myös, etteivät monimediatoimittaja ja sanomalehden toimittaja tee samasta aiheesta kahta täysin samanlaista juttua.

Rebeca Romero esittelee opinnäytetyönsä tulokset Karjalaisen toimituksen johdolle marraskuussa.

– Kartoitukseni perusteella voin vakuuttaa, että erillinen verkkotoimitus toisi Verkkö-Karjalaiseen kaivattua lisäarvoa.

TOIMINTASUUNNITELMA: KARJALAISEN VERKKOTOIMITUS

→Karjalaisen verkkotoimitus kolmen verkkotoimittajan vastuulle työkierron vuoksi.
→Aamu-, iltaja- ja projekti-vuoro
Viikonloppuisin yksi pitkä vuoro
→Verkkotoimitukselta viikoittain 10–20 omaa juttua

→Verkkotoimitus vaatii taakseen vahvan ja idearikkaan esimiehen, jolla on riittävä tietämys verkkournalismista.
→Verkkotoimittaja toimii myös uutispäivystäjänä.

→Verkkotoimitus osallistuu toimituksen aamu- ja iltapäiväpalaveriin, joissa käydään läpi sanomalehden lisäksi myös verkkolehden sisältö.
→Verkkotoimituksen tulee sijaita Karjalaisen toimituksen deskissä.

Karjalaisen johdolle pitämäni esitys

Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö

TYÖKÄYTÄNTÖJEN TEHOSTAMINEN
VERKKO-KARJALAISEN
TOIMITTAMISESSA



Tutkimustehtävä

- Tutkin Sanomalehti Karjalaisen toimituksen nykyisiä työkäytäntöjä verkkolehden päivittämisessä.
- Pysin kehittelemään tehokkaampia keinoja työnjakoon.
- Verkko-Karjalainen uudistuu vuodenvaihteessa 2011-2012.
- Myös työjärjestelyt vaativat uudistusta.

Aiheen valinta

- Etelä-Suomen Sanomien verkkopuolella sisällöntuottajana kesällä 2010.
- Opinnoissa suuntautunut verkkomediaan.
- k5:lle syksyllä 2010 ja Karjalaiseen talvella 2011.
- Karjalaisessa ei verkkotoimitusta
→ Tarvetta erilliselle verkkotoimitukselle

Tutkimusmenetelmät

1. Toimitussihteerien haastattelut
2. Verkkovastaavien haastattelut
3. Esitys ja ryhmäkeskustelu toimituksen johdolle

Mikä nykyisissä työkäytännöissä mättää?

- Tällä hetkellä Verkko-Karjalaisen päivittäminen on monen eri tahon vastuulla
→ sanomalehtitoimittajat, toimitussihteerit ja k5-mediat
- Toimitussihteerit ovat ylikuormitettuja, eikä verkkolehden päivittämiseen jää aikaa.
- Sanomalehden toimittajat unohtavat kirjoittaa verkkosähkeen.

Toimitussihteerien haastattelut

- Haastattelin kaikki viisi vakituista toimitussihteerä.
- Kaikki kertoivat, että verkkolehden päivittämiseen ei jää tarpeeksi aikaa.
- "En edes muista milloin olisin pitänyt ruokatauon, ja se johtuu jo ihan paperilehden tekemisen aiheuttamista kiireistä."

Verkkotoimitusta toivotaan

- Vastauksissa ehdotettiin erillistä verkkotoimitusta: "Olen ehdottomasti sitä mieltä, että Karjalaisen kokoisessa lehdessä pitäisi olla oma verkkotoimitus."
- "Parasta tietysti olisi, jos olisi erillinen päivin, illoin ja viikonlopuin toimiva verkkotoimitus, mutta en usko, että sellaiseen löytyy resursseja."

Pitäisikö Verkko-Karjalaisen sisältöön panostaa mielestäsi enemmän?

- "Verkonomaista materiaalia voisi olla enemmän, mutta sen tuottaminen pitäisi olla muiden kuin toimitussihteerien vastuulla."
- "Voisimme tehdä joitakin juttuja pelkästään verkkolehdestä julkaistaviksi."
- "Mielestäni kyseessä isojen lehtien huonoin verkkolehti, joten vastaus on kyllä."

Vertailukohtana kolme muuta verkkolehteä

- Tutkin Sanomalehti Karjalaisen yhteistyökumppaneiden Savon Sanomien, Keski-suomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien verkkoon tekemisen työkäytäntöjä.
- Näissä kolmessa maakuntalehdessä verkkolehden päivittäminen on jo siirretty erillisen verkkotoimituksen vastuualueeksi.

Miksi verkkotoimitus?

- Verkkolehden jatkuvasti tuotetta ja sanomalehden sisällöstä erillistä sisältöä.
- Vahvistaa sanomalehden asemaa: kestotilajaajat saavat ainutlaatuisia verkkolehdestä poikkeavaa sisältöä maksamalla lehden tilauksesta.
- Monipuolinen verkkolehti houkuttelee sanomalehdelle uusia tilaajia.

Verkkotoimituksen tehtävät

- Verkkotoimittajat uutispäivystäjiä.
- Projektivuorolainen työstää verkkoon suurempaa juttukokoisuutta.
- Seuraa työvuorossaan jatkuvasti muita medioita ja tekee tärkeistä uutisista oman version verkkoon.
- Facebook-sivuston päivittäminen ja verkkolehden keskustelujen moderointi
- Pitää huolen, että pääuutinen vaihtuu muutaman tunnin välein.
- Lisää STT:n uutisiin kuvia ja muuttaa tarvittaessa niiden prioriteetteja.

Mistä verkkolehti saa tuottoensa ?

- Keski-suomalaisen digipaketti maksaa kestotilajaajalle 25,50 euroa vuodessa.
- Digipaketti sisältää näköislehden, tekstiarkiston ja mobiilipalvelun käyttöoikeuden ja enemmän paikallisia uutisia verkossa.
- Savon Sanomat suunnittelevat digipaketin käyttöönottoa.

Ilmoitusmyyntiä

- Kaikissa kolmessa verkkolehdestä tuotot tulevat pääosin ilmoitusmyynnistä.
- Lisäksi niin sanotut oheistuotteet tuovat verkkolehdeksi tuottoja.
- Kokonaan maksullista verkkolehteä ei suunnitteilla.
- Verkkolehden ollaan valmiita panostamaan, koska toimiva ja houkutteleva verkkolehti vahvistaa myös sanomalehden myyntiä.

Juttuvaihto verkkolehdissä

- Juttuvaihtoon suhtauduttiin pääosin positiivisesti ja sitä toivottiin lisää.
- Juttuvaihtoa voisi olla etenkin niin sanotuissa skuuppiuutisissa niin, että lainatessa mainittaisiin alkuperäinen lähde.
- Etenkin tiedejutut toimivat vaihtojuttuina myös verkossa, sillä ne ovat harvoin maakuntasidonnaisia.
- Sanomalehden juttuvaihdosta "ylijäävät" jutut, jotka eivät koskaan päädykään lehteen, voitaisiin julkaista verkkolehdestä.