

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismin koulutusohjelma

NJOURS11

2016

Emmi Karhiaho

YLEN DOKUMENTTITOIMITUS VERKKODOKUMENTTIEN TUOTTAJANA



Emmi Karhiahho

YLEN DOKUMENTTITOIMITUS VERKKODOKUMENTTIEN TUOTTAJANA

Ylen dokumenttitoimituksessa verkkodokumenttien teko koetaan tärkeäksi. Opinnäytetyö selvittää, millainen Yle Asian dokumenttitoimitus on verkkodokumenttien tuottajana, miksi tuottajat pitävät verkkodokumenttien tekoa tärkeänä ja mitkä ovat verkkodokumentin teon haasteet. Opinnäytetyö on tapaustutkimus, johon on haastateltu Yle Luovien sisältöjen ja Yle Uutis- ja ajankohtaistoiminnan tuottajia ja päälliköitä. Suurin osa teemahaastatteluista tehtiin kasvokkain ja muutama sähköpostitse.

Verkkodokumentti-termillä tarkoitetaan tarinallista teosta, joka yhdistää valokuvaa, tekstiä, ääntä, liikkuvaa kuvaa ja grafiikkaa usein epälineaariseksi ja interaktiiviseksi monimediasivustoksi. Käsitteenä verkkodokumentti on verrattain uusi, joten monimediaisen ja teosmaisen tuotteen määrittely ei ole helppoa. Myös Ylen sisällä pohditaan, mikä on verkkodokumentin ja audiovisuaalisen verkkofeaturen ero.

Tähän mennessä verkkodokumentit on tuotettu broadcast-ohjelmia tukemaan. Muutos kuitenkin näkyy, sillä jo kahden tuotannossa olevan monimediatuotannon päätuotteet tulevatkin verkkoon ja niin kutsutut sivutuotteet televisioon tai radioon. Verkko ei ole enää televisiosarjasta ylijääneen materiaalin kaatopaikka, vaan myös verkkotuotteet vaativat käsikirjoituksen.

Ylellä verkkodokumentin teon suurimmat haasteet liittyvät tuotteen löydettävyyteen, verkkotuotantojen budjointiin ja resursointiin sekä siihen, ettei koodariosaamista löydy Ylen sisältä. Lisäksi mobiilikäytön yleistyminen ja laitekannan monipuolistuminen on tehnyt dokumenttien teosta haasteellisempää. Vaikeuksista huolimatta uusia tekotapoja halutaan kokeilla. Tämän hetkistä verkkodokumenttituotantoa pidetään kuitenkin vasta kehitysvaiheena ennen todellisen, vielä verkonomaisemman muodon löytymistä.

ASIASANAT:

verkkodokumentti, verkkofeature, verkkojournalismi, Yle, dokumentit, monimedia.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

2016 | 63

Pirita Juppi

Emmi Karhiahho

YLE'S DOCUMENTARY TEAM PRODUCING WEB DOCUMENTARIES

Yle documentary team considers the production of interactive web documentaries important. The thesis researches how Yle is producing the web documentaries, why the producers want to continue producing them and what are the challenges now.

The term web documentary refers to narrative works, which combine photos, text, audio, moving images and graphics. Web documentaries are often non-linear and interactive. The concept of a web documentary is relatively new so the definition of this kind of a product is not that easy to make. Also within Yle, the differences and similarities between the web documentaries and audio-visual web features are blurred.

So far, the web documentaries are being produced mostly to support the broadcast programs. However, the change can be seen as there are already two multimediaproductions in production that will have the major products online and so-called by-products on TV or radio. Internet is no longer a landfill for the extra material of the television series'; also the web products require their scripts.

The biggest challenges in the making of the online documentaries are related to the product findability, hardware diversification, budgeting and resource allocation for network productions, as well as to the fact that software engineering cannot be found inside the documentary team. The atmosphere towards the new method is nevertheless positive. The current ways are still in the development phase before the discovery of the true form of the interactive documentary.

KEYWORDS:

web documentary, web feature, web journalism, Yle, documentary, interactive media

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 YLEN UUDISTUVA VERKKOJOURNALISMI	8
2.1 Median käytön muutokset	8
2.2 Ylen verkkotuotannon kehitysvaiheita	10
2.3 Yle verkko edellä	15
3 MIKÄ ON VERKKODOKUMENTTI?	18
3.1 Kirjalliset lähteet korostavat interaktiivisuutta ja epälinearisuutta	18
3.2 Ylen tuottajien mielestä verkkodokumentti on teos	22
3.3 Webortaasista verkkodokumentiksi	24
4 DOKUMENTTITOIMITUS VERKKODOKUMENTTIEN TUOTTAJANA	28
4.1 Ylen asema verkkodokumenttien tuottajana	28
4.2 Työtehtävät verkkodokumentin teossa	29
4.3 Dokumenttitoimituksen verkkodokumenttituotannot	32
5 VERKKODOKUMENTIN TEKNINEN TOTEUTUS YLELLÄ	45
5.1 Laitekannan monipuolistuminen tuonut haasteita	45
5.2 Fyndin feature-pohjan artikkelit ja erikseen koodatut verkkodokumentit	47
5.3 Verkkoteosten löydettävyys	49
6 BROADCAST- JA VERKKODOKUMENTTIEN SUHDE MONIMEDIATUOTANNOSSA	51
6.1 Ideasta tuotannoksi	51
6.2 Monimediatuotannon pää- ja sivutuotteet	52
6.3 Verkkoteoskin vaatii käsikirjoituksen	54
6.4 Onko Yle edelleen vahva broadcast-talo?	56
7 YHTEENVETO	58
LÄHTEET	60

KUVAT

Kuva 1. Kana nimeltä Ross 508	12
Kuva 2. Suomi-tekoja	13
Kuva 3. Dokumentit-etusivu	15
Kuva 4. The Silverin jäljillä	21
Kuva 5. The Snow Fall	22
Kuva 6. Kummitus kävi taloksi	26
Kuva 7. Ensimmäinen koulupäivä	33
Kuva 8. Korvaava	34
Kuva 9. Bäckärit	35
Kuva 10. Panchakarma	36
Kuva 11. Huume-Suomen historia: LSD	38
Kuva 12. Huume-Suomen historia: Yskänlääke	39
Kuva 13. Huume-Suomen historia: Amfetamiini	40
Kuva 14. Huume-Suomen historia: Cannabis	41
Kuva 15. He katsovat kuolemaa silmiin	42
Kuva 16. Sano se saameksi	43

1 JOHDANTO

Yle julkaisi vuonna 2015 *Huume-Suomen historia*, *Panchakarma* ja *He katsovat kuolemaa silmiin* -verkkodokumentit. Itse en ole ollut mukana tuottamassa kyseisiä verkkodokumentteja, mutta kiinnostuin niistä työskennellessäni toimittajana Ylen dokumenttitoimituksessa samaisena vuonna. Monia dokumentintekijöitä tuntui innostavan tämä uudehko tapa ja halusin pureutua asiaan lisää. Opinnäytetyö on empiirinen tapaustutkimus, jossa selvitän, millainen Yle Asian dokumenttitoimitus on verkkodokumenttien tuottajana, miksi tuottajat pitävät verkkodokumenttien tekoa tärkeänä ja mitä haasteita niiden tuotantoon liittyy. Lisäksi tutkin monimediatuotantojen samasta aiheesta tehtyjen verkko- ja broadcastdokumenttien suhdetta. Opinnäytetyön tavoitteena ei ole tuottaa uutta verkkodokumenttia.

Pääasiassa opinnäytetyö perustuu Luovat sisällöt -yksikön tuottajien näkemyksiin ja käsittelen nimenomaan dokumenttitoimituksen verkkosisältöjä. Sivuan myös Uutis- ja ajankohtaistoiminta -yksikön toimintaa sekä esittelen lyhyesti Ylen verkkotuotannon kehittymistä. Näistä syistä osa haastatteluista on Luovien sisältöjen ulkopuolelta. Tapaustutkimuksen materiaalit kerättiin teemahaastatteluilla, joista suurin osa tehtiin kasvokkain ja muutama sähköpostitse. Haastateltavat ovat: Yle Asian verkon vastaava tuottaja Tanja Iikkanen, dokumenttitoimituksen vastaava tuottaja Laura Vehkaoja, Radion Dokumenttiryhmän tuottaja Hannu Karisto, tekninen tuottaja ja Fynd-julkaisualustan tuotoimistaja Mikael Skog, dokumenttituottaja Nina Stenros, dokumenttituottaja Jussi Jormanainen, konseptisuunnittelija Sami Hahtala, Plus-deskin tuottaja Juho Salminen, Uutis- ja ajankohtaistoiminnan verkko- ja mobiilikehityksen päällikkö Aki Kekäläinen, projektipäällikkö Jarkko Ryyänen ja tuottaja Petteri Numminen. Muut aineistot ovat muun muassa tutkimuksia, julkisia strategioita, verkkojulkaisuja ja -artikkeleita sekä verkkodokumentteja.

Verkkodokumentti ei ole pelkkä internetistä katsottava lineaarinen video, vaan termillä tarkoitetaan tarinallista teosta, joka yhdistää valokuvaa, tekstiä, ääntä, liikkuvaa kuvaa ja grafiikkaa monimediatuotteeksi. Käsitteenä verkkodokumentti on verrattain uusi, joten monimediallisen ja teosmaisen tuotteen määrittely ei ole helppoa. Myös Ylen sisällä pohditaan, mikä on verkkodokumentin ja audiovisuaalisen verkkofeaturen ero. Määrittelyä ominaisuuksia verkkodokumentteille ovat yleensä interaktiiviset elementit ja epälineaarinen kerronta. Juuri interaktiivisuuden käsitettä korostetaankin ulkomaisissa tut-

kimuksissa ja verkkojulkaisuissa. Ulkomailla ei niinkään käytetä sanaa verkkodokumentti, vaan monimediallisista internetjulkaisuista puhutaan usein interaktiivisina tarinoina (interactive stories). Itse käytän kuitenkin tässä opinnäytetyössä käsitettä verkkodokumentti, sillä se on Ylellä jokseenkin vakiintunut termi. Teen myös vertailua laajennettuun verkkoartikkeliin, jota kutsun verkkofeatureksi. Kun viittaa juttuihin, joita ei voi selkeästi jaotella dokumentiksi tai featureksi, käytän termiä verkkoteos.

Ylen monimediatuotanto voi koostua pää- ja sivutuotteista. Tähän mennessä broadcastohjelmat ovat vielä hallinneet tuotantojen päätuotteina, jolloin verkolle on jäänyt pienempi sivutuotteen asema. Mielenkiintoista on, että tulevaisuudessa asetelma on kääntymässä toisinpäin. Muutos näkyy, sillä jo kahden tällä hetkellä tuotannossa olevan monimediatuotannon päätuotteet tulevat verkkoon ja sivutuotteet televisioon tai radioon.

Median käyttö muuttuu, kun ihmiset siirtyvät yhä enemmän käyttämään verkon sisältöjä ja usein mobiilisti. Oxfordin yliopiston Reuters Intituten tutkimuksen (2016) mukaan Yle ja BBC ovat neljään muuhun eurooppalaiseen yleisradioyhtiöön verrattuna sopeutuneet parhaiten muuttuvaan digitaaliseen mediaympäristöön. Vaikka verkkosisällöt nähdään tärkeinä, useimpien haastateltujen tuottajien mielestä Yle on kuitenkin edelleen vahvasti broadcast-talo. Tuottajat sanovat, että johdon juhlapuheista huolimatta panostus uudenslaisiin sisältöihin ei vielä näy verkon tekemisen resursseissa – ainakaan Luovissa sisällöissä. Halua ja kiinnostusta tuottajapuolelta kuitenkin löytyy ja verkkodokumentteja aiotaan tehdä tulevaisuudessa. Osa näkee audiovisuaalisen kokemuksen myös etuna verkkosisältöjen tekemisessä. Kokeilukulttuuria ja sen myötä kehitystä korostetaan paljon, ja niille haluttaisiin suoda tilaa. Visuaalisten verkkoartikkeleiden tekoa helpottamaan on myös kehitetty uusi julkaisualusta, jotta jokaista sivustoa ei tarvitsisi rakentaa erikseen alusta, vaan toimittaja itse voisi tuottaa verkkoon laajempaa sisältöä.

2 YLEN UUDISTUVA VERKKOJOURNALISMI

2.1 Median käytön muutokset

Digitalisaatio ja tätä myötä medioiden konvergenssi eli lähentyminen ovat vaikuttaneet mediankäyttökulttuuriimme. Mediakonvergenssilla tarkoitetaan eri viestimien, viestintätekniologioiden ja jakeluverkkojen yhdentymistä tai lähentymistä. (Näränen 2004.) Television katsotaan verkosta, medioita seurataan mobiililaitteista ja suurten mediakonsernien tarjontaan kuuluu muun muassa tv-kanavia, radiokanavia, lehtiä, nettisivustoja, monimediaa, sosiaalisen median alustoja ja kuratointia. Sisältöjen kuluttamisesta on tullut intiimimpää, kun kännykän ruutu on lähellä kasvoja ja älypuhelin kädessä koskettamme mediaa. Television ja isojen näyttöjen rinnalle on syntynyt uusien laitteiden, ruutujen ja sosiaalisen median mediaympäristö. Näissä uusissa käyttöympäristöissä ja vuorovaikutustavoissa myös sisällöt muuttuvat. (Ylen verkkomediavisio 2020.) Jyväskylän yliopiston tutkijan Panu Uotilan (2010) mukaan verkkojournalismi on muuttunut siten, että aluksi verkkoon siirrettiin samat jutut, jotka ensin julkaistiin sanomalehdissä. Enää verkkojournalismi ei ole vain printtijournalismin jatke, vaan se on täysin oma lajityyppinsä, johon kuuluvat verkon erilaiset ominaisuudet kuten interaktiivisuus.

Meillä on tosi vahva sanomalehtiperinne. Ollaan lähdetty tekemään verkkoa kuin sanomalehteä Suomessa ja maailmalla. Ei ole verkonomaista kirjoittaa otsikko, ingressi, sitten liitetään kuva ja ehkä laitetaan pari linkkiä. Siinä kohtaa se verkkonaisuus onkin niissä linkeissä. Meni monta vuotta ettei saatu edes yhtä linkkiä laitettua juttuihin, koska se tuntui vieraalta. Pelättiin, että se keskeyttää, herpaannuttaa kokemuksen. Yle Uutiset on hyvä esimerkki siitä, että on tehty 10 vuotta sanomalehteä verkkoon. Nyt se alkaa muuttua. (Ilikkanen, henkilökohtainen tiedonanto 4.2.2016¹.)

Kaikki median käytön muutokset osoittavat, että ihmiset siirtyvät yhä enemmän käyttämään verkossa olevia sisältöjä. Yle Asian verkon vastaava tuottaja ja verkkokehitystiiimin jäsen Tanja Ilikkanen (2016) sanoo, että lähtökohtaisesti Ylellä toivotaan nyt, että verkko auttaisi tavoittamaan yleisöjä, joita perinteiset tavat kuluttaa mediaa eivät enää puhuttele.

Nuorison joukkopako verkkomediatoihin, erityisesti videopalvelu Youtuben äärelle kasvaa, joten alle 30-vuotiaat istuvat yhä vähemmän television ääressä (Median käyttötavat muuttuvat 2015). Oxfordin yliopiston Reuters Institutin raportin (2016) mukaan

¹ Jatkoissa (Ilikkanen 2016)

broadcast-television katsominen on vähentynyt useissa maissa. Kuitenkin ohjelmia itsessään katsotaan enemmän kuin koskaan ja yhä useammilta ruuduilta. Esimerkiksi Iso-Britanniassa broadcast-katselu laski viisi prosenttia vuonna 2015. Kaksi kolmasosaa (66 %) ihmisistä käytti ohjelmien katseluun verkkopalveluja kuten BBC iPlayeriä ja Netflixiä viimeisen viikon aikana. (Newman 2016.)

Tilastokeskuksen (2015) mukaan Suomessa yleisimmin internetiä käytetään viestintään, asioiden hoitoon ja medioiden seuraamiseen. Verkon medioista suosituimpia ovat verkkolehdet ja televisiokanavien uutissivut, joita oli lukenut 78 prosenttia viimeisten kolmen kuukauden aikana. Internetin käyttötarkoituksissa tapahtuu harvoin nopeita muutoksia. Muutokset ovat lähinnä käyttötarkoitusten hidasta yleistymistä, usein samassa tahdissa kuin netin käyttö yleistyy ylipäätään. Internetin käyttäjien osuus kasvaa enää vanhimmissa ikäryhmissä. Netin käyttäjien osuus koko 16–89-vuotiaasta väestöstä nousi vuonna 2015 vain prosenttiyksikön 87 prosenttiin.

Henkilökohtaiset ja mobiilit laitteet jatkavat yleistymistään, ja sen myötä suomalaiset käyttävät internetiä yhä useammin. Tablettitietokone oli käytössä 42 prosentissa talouksista keväällä 2015, kun vuotta aiemmin osuus oli 32 prosenttia. Älypuhelinta käytti 69 prosenttia suomalaisista ja vuonna 2014 sellainen oli käytössä 63 prosentilla. (Tilastokeskus 2015). Mobiilin käyttö on yleisintä etenkin nuorten keskuudessa. Vuoden 2014 lopussa 16–24-vuotiaista 87 prosenttia oli lukenut verkkosisältöjä mobiililaitteella viimeisen kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2014).

Reuters-instituutin Digital News Report -tutkimuksessa (2016) selvitettiin uutisten käyttöä erityisesti verkkomediassa. Tutkimus tehtiin vuonna 2015 neljännen kerran, ja siihen osallistui 12 maata. Suomi oli mukana toista kertaa. Tutkimuksen mukaan suomalaiset seuraavat uutisia verkosta jo enemmän kuin printistä, televisiosta tai radiosta. Verkosta uutisia seurasi 90 prosenttia (2014: 82 %) ja perinteisistä välineistä 88 prosenttia (89 %). Television asema on heikentynyt kaikissa vertailun maissa. Suomessa televisio on yleisin pääasiallinen uutislähde enää ainoastaan vanhimmalle ikäryhmälle (55+). Alle 45-vuotiailla uutislähteeksi television tilalle on tullut verkko. (Reuters Institute 2016.) Myös uutisten kohdalla mediankäytön trendi näyttää siirtyvän pelkästä tietokoneesta kohti mobiililaitteita ja useiden laitteiden rinnakkaiskäyttöä. Erityisesti siirtymä on voimakkainta nuorten keskuudessa. Nuorimmassa ikäryhmässä älypuhelimien uutiskäyttö on jo ohittanut tietokoneen uutiskäytön. (Utismedia verkossa 2015.) Yle Uutisten lukijoista puolet katseli sivuja mobiililaitteella vuoden 2015 alussa (Ylen Uutis- ja Ajankohtaistoiminta uudistui 2015).

Vuonna 2015 Ylen televisiokanavilla oli päivittäin lähes kolme miljoonaa katsojaa ja radiokanavilla noin kaksi miljoonaa kuuntelijaa. Verkossa Yle tavoitti yli 620 000 päivittäistä käyttäjää. Vuoteen 2020 mennessä Yle arvioi tavoittavansa verkossa saman verran suomalaisia kuin televisio vuonna 2020. (Nordell 2016.)

Verkkosisällöillä yritetään tavoittaa nuorempaa kohderyhmää. Käsittelen myöhemmissä luvuissa, miksi verkkodokumentti vastaa verkonomaisuuteen ja on uusi tapa tuottaa sisältöä verkon kohderyhmille. Tarkastelen myös verkkodokumentin teknistä toteutusta ja laitekannan monipuolistumista tarkemmin luvussa 5.

2.2 Ylen verkkotuotannon kehitysvaiheita

Ylellä on tuotettu verkkosisältöä yli 21 vuoden ajan. Verkkosisältöjen tuotanto alkoi luonnollisesti pienestä, ja netti on pitkään tukenut Ylen broadcast-tuotantoa eli televisiota ja radiota. Viime vuosien aikana verkon merkitys on kasvanut paljon. Ennen kuin päästään itse verkkodokumentin analyysiin, on hyvä perehtyä siihen, kuinka verkko on kehittynyt koko Ylessä, sillä tämä kehitys on vaikuttanut myös nykyisiin resursseihin eri yksiköissä.

Ylen organisaatio on jaettu viiteen yksikköön: Julkaisut, Uutis- ja ajankohtaistoiminta, Luovat sisällöt, Tuotannot ja Svenska Yle. Luovien sisältöjen sisältöalueita ovat: asiaohjelmat, kulttuuri ja viihde, draama, lapset ja nuoret sekä Radion sinfoniaorkesteri. (Rasila 2015.) Dokumenttitoimitus, jonka verkkodokumenttituotantoihin tämä opinnäytetyö suurimmalta osin perustuu, kuuluu Luovien sisältöjen Yle Asiaan. Opinnäytetyö sivuaa myös Uutis- ja ajankohtaistoinnin verkkokehitystä.

Radiomafia eli nykyinen YleX sekä nykyään jo lakkautettu Multimediapaja olivat Ylen ensimmäiset tahot, jotka tuottivat verkkosisältöä. Radiomafian kotisivu www.radiomafia.fi oli Ylen ensimmäinen verkkopalvelu ja se avattiin maaliskuussa 1995. Yle.fi-etusivu perustettiin vasta hieman myöhemmin saman vuoden huhtikuussa. Yle aloitti uutistoiminnan internetissä vuonna 1996. Tuolloin verkkoon laitettiin uutislähetysten sähköitä ja kävijämäärät olivat vielä pieniä. Kaksi vuotta myöhemmin loka-kuussa vuonna 1998 varsinainen uutistoiminta internetissä alkoi, kun yli.fi/uutiset avattiin. TV-uutisten, radion ja Teksti-tv:n uutistarjonta yhdistettiin Yle Uutiset -nimikkeen alle ajantasaiseksi ja 24 tuntia vuorokaudessa toimivaksi palveluksi. (Skog, henkilökoh-

tainen tiedonanto 6.4.2016²; Yle 2016; Yle 2008.) Yleisradion digitaalinen YLE24-kanava on ottanut mallia kansainvälisistä uutisjäteistä kuten CNN:stä ja BBC:stä (Herkman 2003, 152). Kuitenkin muuten yleisesti 2000-luvun alkuun saakka sekä kaupallisen että julkisen palvelun medioiden verkkotekeminen perustui vielä paljolti radiokanavien tuotantoon. Kokeiltiin muun muassa nettistreamia ja netissä kuunneltavia radiouutisia. (Yle 2016; Yle 2008.)

Syyskuussa 2003 avattiin Yle Arkki -palvelu, jonka ohjelmisto koostui Ylen radio-, tv-, ja valokuva-arkistojen tuotannosta sekä myöhemmin tehdyistä ohjelmista. Arkkia seurasi vuonna 2006 laajempi Yle Julkaisut -yksikön verkkosivusto Elävä Arkisto, joka niin ikään tarjoaa historiallista televisio-, radio- ja valokuvamateriaalia. Vuonna 2007 avattiin Julkaisut -yksikön Yle Areena, jonka kautta voi katsoa ja kuunnella televisio- ja radio-ohjelmia. Vuodesta 2013 eteenpäin Yle Arenassa alettiin myös näyttää Ylen televisiokanavia suoratoistona. Arenasta on tullut Suomen arvostetuin suomalainen verkkopalvelu ja suosituin netti-tv ja radio. Vuonna 2015 palvelussa oli käynnistyksiä loppuvuonna lähes miljoona joka päivä. (Ylen verkkomediavisio 2020; Yle 2016; Yle 2008.)

Uutisissa kokeiltiin jo 2000-luvun alussa webortaaseiksi kutsuttuja monimediateoksia, mutta niiden tuotanto lopetettiin vuosiksi. Monimediateoksia on siis tavallaan tehty kahdessa aallossa. Webortaaseja voidaan pitää nykyisten verkkodokumenttien esimuotoina ja niiden taustaa käsitellen tarkemmin alaluvussa 3.3. (Ryynänen, henkilökohtainen tiedonanto 8.4.2016³.) Monimediajuttujen pariin on palattu sekä Ylen Luovissa sisälöissä että Uutis- ja ajankohtaistoiminnassa. Verkkokokeilut kuitenkin aloitettiin Yle Uudessa Palveluissa. Vuosina 2006–2012 toiminut Yle Uudet Palvelut palveli koko Ylen kaikkia organisaatioita (Lahti, henkilökohtainen tiedonanto 13.5.2016). Uudessa Palveluissa työskennellyt nykyinen Uutis- ja ajankohtaistoiminnan verkko- ja mobiilikehityksen päällikkö Aki Kekäläinen (henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2016⁴) kertoo, että verkkokokeiluja tehtiin niissä toimituksissa, joista kiinnostuneita tekijöitä löytyi. Kokeilullinen tekeminen johti siihen, että Uudet Palvelut perusti syksyllä 2010 Beta-sivuston, josta tuli Ylen netti- ja mobiilikehityksen kokeilualusta. Sivuille julkaistiin luonnoksia, prototyyppejä ja kokeiltavia kehitysversiota Ylen eri palveluista (beta.yle.fi 2016). Uusien palvelujen työryhmä muun muassa tuotti Beta-sivustolle yhdessä dokumenttitoimituksen kanssa *Opettajan ensimmäinen työpäivä* -nimisen verkkodokumenttikokeilun (http://beta.yle.fi/ensimmainen_koulupaiva/). Kekäläinen (2016) sanoo, että Betan en-

² Jatkossa (Skog 2016)

³ Jatkossa (Ryynänen 2016)

⁴ Jatkossa (Kekäläinen 2016)

simmäinen myös talon ulkopuolella mielenkiintoa herättänyt artikkeli oli marraskuussa 2010 julkaistu *Kana nimeltä Ross 508* (<http://beta.yle.fi/ross508/>), joka tehtiin yhdessä *Kuningaskuluttaja*-ohjelman kanssa.

Mietittiin, mitä jos näytettäisiin tässä talossa, että verkkoon voi tehdä jotain kun-
niahimoisempaa. Siihen asti julkaisujärjestelmät olivat ohjanneet sitä, mitä toi-
mittajat tekevät. Saat tavallaan lomakkeen ja täytä tämä lomake ja se on jutunte-
koprosessi. Me taas haluttiin näyttää, että on mahdollista tehdä se toisinpäin. Te-
kemällä prototyyppejä voidaan vaikuttaa julkaisutyökaluihin. Siitä syn-
tyi beta.yle.fi. (Kekäläinen 2016.)

Kana nimeltä ROSS 508

Sötkö sinä tänään lounaaksi Ross 508 -broilerihybridii? Suomessa syödään 85 miljoonaa kiloa broileria vuodessa ja kaikki broilerit ovat joko mallia Ross 508 tai Ross 308. Tämä lounaspöytien herkkä on jalostettu kasvamaan rajähdyksimäisesti kuudessa viikossa teurasvalmiiksi. Tulevaisuuden broileri voi syntyä vaikka viljasta.

2000-luvun broilerintuotanto Suomessa pyrkii äärimmäiseen tehokkuuteen ja lintujen nopeaan kasvuun. Suomalainen kuluttaja haluaa broilerinsa vaaleana rintafileenä tai sulkalein, joten vastaus kysyntään on amerikkalaisen Aviagen-yhtiön kehittämä Ross 508 broilerihybridii.

Broilerihybridii on kehitetty tarkasti suomalaiskuluttajan vaatimuksiin: se kasvaa nopeasti ja oikeista paikoista. Ross 508 -hybridiiä syötetään kasvattamossa jatkuvasti. Lintujen yön pituus tehdään keinovälillä muutamien tunnin mittaiseksi, jotta ne söisivät suuren osan vuorokaudesta. Kuudessa viikossa Ross 508 on kasvanut 1,7 kg painoiseksi, jolloin se on valmis teurastettavaksi. Sen ruumis on suunniteltu nimenomaan paloiteltua varten, rintafileet ovat Ross 508:n suurin ruuinnosa, joten niistä riittää filettä ja sulkaleitä.

Kovin paljon kuutta viikkoa pidempään Ross 508 ei eläisikään, ellei sen ruuan määrää rajoitettaisi ja liikuntaa lisättäisi. 1970 ja -80 -luvulla broilereiden jalostaminen johti yllisuurin rintafileksiin, mikä vaikeutti lintujen pystyessä pysymistä.

Broileri
on lihantuotantoon kasvatettu kana (tai kalkki). Broilerikana on tarkoitukseen Skotlannissa 1950-luvulla jalostettu risteytys, joka kasvaa nopeasti.
Lähde: Wikipedia

Kana
(Gallus gallus domesticus) on kansainvälinen lahkoon kuuluva kevyetty lintu. Kana on yksi yleisimmistä kotieläimistä lähes kaikkialla maailmassa. Kana pohjessa teurastettiin assialaivasta purentäkköönastaa (Gallus gallus).
Lähde: Wikipedia

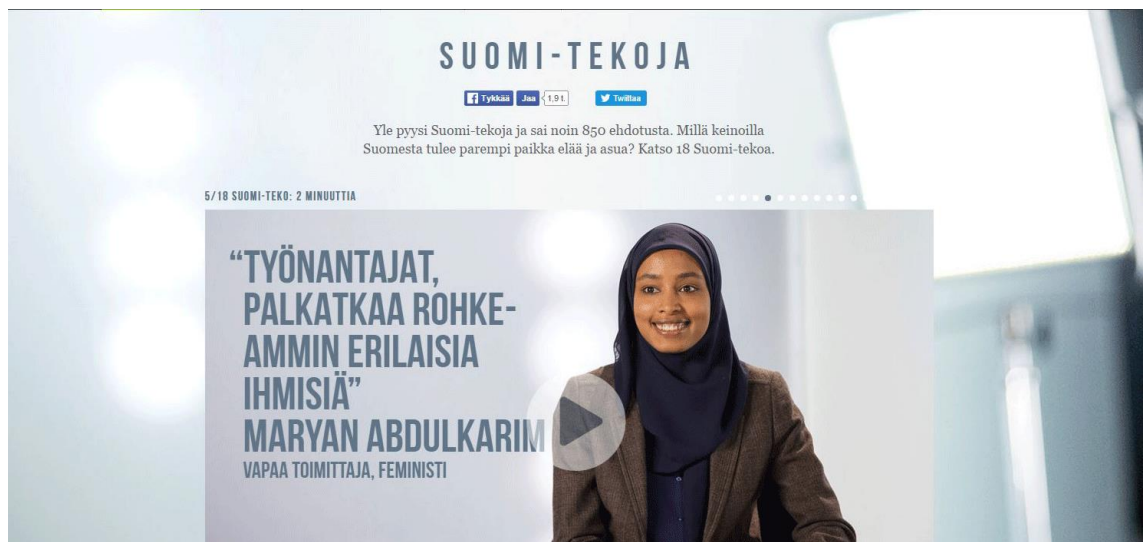
Broileria marinadissa

Kuva 1. 2000-luvun hybridibroilerin tuotannosta kertova *Kana nimeltä Ross 508* -artikkelilla oli katselukertoja ensimmäisen viikon aikana reilu kymmenen tuhatta. Juttu on kerännyt pitkää häntää, sillä kevääseen 2016 mennessä katselukertoja on kertynyt yhteensä noin 85 000 (Kekäläinen 2016). Jutun lopussa on laskuri, joka visuaalisesti näyttää, kuinka monta broileria teurastettiin juttua lukiessa.

Myöhemmin keväällä 2012 Yle Uudet palvelut sellaisenaan lakkautettiin ja talossa päätettiin, että verkko-osaaminen keskitetään sisällöntuotantoyksiköihin. Aki Kekäläisen luotsaama verkkokehitystiimi siirtyi Uutis- ja ajankohtaistoimintaan. (Kekäläinen 2016.)

Kun tämä tapahtui niin käytännössä koko se jengi, joka oli tekemässä beta.yle.fi:tä, siirtyi U&A:han [Uutis- ja ajankohtaistoimintaan]. Ja me tuotiin sitten mukana beta-tekeminen tänne. Luoviin sisältöihin ei jäänyt ketään. Siellä oli ihmisiä, joilla oli tietoa ja intoa, mutta ei resursseja. Kehitys alkoi Uusissa palveluissa. U&A:ssa saimme tehtyä kokeilusta alkaneesta toiminnasta osan vakiintunutta toimintaa. Muissa yksiköissä meni pidempään. (Kekäläinen 2016.)

Uutisten Plus-deski perustettiin vuonna 2013, jolloin taustoittavia ja syventäviä interaktiivisia toteutuksia, testejä ja verkkofeatureja ryhdyttiin tuottamaan systemaattisemmin. Deskin perustamisen jälkeen verkkokehitystiimille jäi aikaa kehittää koko Uutis- ja ajan-kohtoistoiminnan verkkoa. (Kekäläinen 2016). Plus-deski on ollut mukana tuottamassa noin tuhatta juttua, joita kutsutaan verkko- tai nettispesiaaleiksi. Tarkoituksena on ko-keilla erilaisia verkon ilmaisukeinoja, kehittää sivua ja juttutyypppejä sekä nostaa verkkoilmaisun kirjoja ja laatua. (Salminen, henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2016⁵; Plus-verkkosivusto 2016.) Uutisten toimittajat voivat mennä deskin luo ehdottamaan juttuideaa. Suurin osa Plus-jutuista koodataan erikseen. Uutisissa on myös käytössään valmiita featurejuttupohjia, joihin ei tarvita koodaajaa ja toimittaja itse rakentaa jutun. Plus-deskissä työskentelee kaksi koodaavaa toimittajaa ja verkkokehitystiimissä kaksi talon sisäistä koodaria sekä projekteista riippuen koodareita alihankkijoiden kautta. Tällä hetkellä kehitystiimissä työskentelee kuusi alihankkijan koodaria. (Savola, henkilökohtainen tiedonanto 7.4.2016⁶; Kekäläinen 2016.) Vastaavasti Yle Luovissa sisäl- löissä ei tällä hetkellä työskentele yhtään vakituista, täyspäiväistä koodaria. Yle Asias- sa on kuitenkin verkkokehitystiimi. (Ilikkanen 2016; Skog 2016).



Kuva 2. Plus-deskin jutut toteutetaan aiheensa mukaan. Deski on esimerkiksi koostanut 18 haastattelua videoiden ja tekstien muotoon Suomi-tekoja-verkkokokonaisuudeksi. Tammi-helmikuussa 2016 Yle Uutiset teki verkkokyselyn, johon tuli yli 800 ehdotusta Suomi-teoista. Yle pyysi suomalaisilta ideoita, joiden avulla Suomesta tehdään parempi paikka elää. Teot vaihtelevat pienistä omaan lähipiiriin vaikuttavista muutoksista laajoihin yhteisöllisiin ponnistuksiin. Verkkoteos on monime-

⁵ Jatkossa (Salminen 2016)

⁶ Jatkossa (Savola 2016)

diainen, ja käyttäjä voi päättää, mitkä haastattelut katsoo tai lukee. (Yle Uutiset Plus 2016.)

Luovissa sisällöissä lähes jokaisella ohjelmalla on omat verkkosivunsa, eivätkä sisällöt ole enää pelkästään broadcast-ohjelmien puffia, vaan itsenäisiä sisältöjään. Keväällä 2013 avatut *Kuningaskuluttaja*-ohjelman verkkosivut ovat olleet Yle Luovat sisällöt -yksikön ensimmäistä verkkosisältöä (Skog 2016). Artikkelit voivat linkittyä Areenaan, verkkosisällöt ovat laajentuneet ja perinteisten tekstipohjaisten sisältöjen ohelle on kehittynyt monimediaisia teoksia, kuten verkkodokumentteja. Dokumenttitoimituksen verkkodokumentteja on tehty yhdeksän kappaletta ja tuotannossa on kolme uutta (Vehkaoja, henkilökohtainen tiedonanto 8.2.2016⁷). Genrellä on oma verkkosivunsa yle.fi/dokumentit. Sivuston tarkoitus on kerätä monipuolisesti dokumenttigenreen liittyvää sisältöä. Sivusto ei ole siis pelkkien verkkodokumenttien koti, vaan kaikenlaisten dokumenttien keskus, jossa julkaistaan monen eri osaston tekemiä juttuja. Se on niin sanottu näyteikkuna Ylen dokumenttitarjontaan. (Jormanainen, henkilökohtainen tiedonanto 13.4.2016⁸.) Vuoden 2015 lopussa Luovat sisällöt -yksikkö otti myös käyttöönsä uuden featurejulkaisualustan, joka on osa laajempaa Fynd-julkaisujärjestelmää. Pohjan avulla on kevääseen 2016 mennessä tuotettu noin 50 audiovisuaalista featureartikkelia. Kuten uutispuolella, featurepohja mahdollistaa laajennetun artikkelin tuotannon ilman koodaria. (Skog 2016.) Dokumenttitoimituksen tähän mennessä tuottamat verkkodokumentit ovat erikseen koodattuja, joten niitä ei ole tehty valmiille julkaisualustalle, vaan ne on luotu alusta asti tarinoidensa ympärille. (Ikkänen 2016; Skog 2016.)

Yle Asian verkkokehityksestä vastaavan tuottajan Tanja Ikkäsen (2016) sekä Fyndin tuoteomistajan Mikael Skogin (2016) mielestä Uutisten Plus-artikkeleita tai Luovien Sisältöjen feature-pohjan artikkeleita ei voida kutsua verkkodokumenteiksi. Myöhemässä luvussa 3 tarkastelen tarkemmin verkkodokumentin ja -featuren eroja.

⁷ Jatkossa (Vehkaoja 2016)

⁸ Jatkossa (Jormanainen 2016)

The screenshot shows the Yle website's 'Dokumentit' (Documentaries) section. At the top, there are navigation links for 'KIRJAUDU', 'HAE', and 'VALIKKO'. Below that, a horizontal menu lists various documentary categories: 'DOKUMENTIT', 'DOKUMENTTIPROJEKTI', 'ULKOLINJA', 'HUUME-SUOMI', 'RADIOOKUMENTIT', 'DOCVENTURES', 'MUSIIKKIDOKUMENTIT', 'DOX@NET', and 'VERKKODOKUMENTIT'. The main content area features a large video player for 'Futisvanhemmat-sarja Arenassa! Kaikki jaksot!' with a play button and a 27-minute duration. To the right of the video is a text description in Finnish. Below the main video is a section titled 'Ajankohtaista' (Current events) with two smaller video thumbnails. The first thumbnail shows two men, and the second shows Mikko Salasuo, a youth researcher, with a play button and a 'FUTIS' logo.

Kuva 3. Dokumenttitoimituksen etusivu päivittyy jatkuvasti ja ajankohtaisimmat jutut lisätään sivun alkuun. Yläpalkista pääsee tutustumaan laajempien tuotantokokonaisuuksien tarjontaan: *Dokumenttiprojektiin*, *Ulkolinjaan*, *Huume-Suomen historia* -sarjaan, radiodokumentteihin, *Docventuresiin*, musiikkidokumentteihin, *Doxnet*-kisaan ja verkkodokumentteihin.

2.3 Yle verkko edellä

Yle on julkaissut vuonna 2014 koko organisaatiota koskevan strategian "Yle 2020 suomalaisten keskellä", jonka tavoitteina ovat muun muassa verkon kehittäminen, määrän sijasta laatuun keskittyminen ja ilmaisu- ja kerrontatapojen uudistaminen. Syvempää analyysiä ja pitkää käyttöikää korostetaan sekä nuorten ja nuorten aikuisten sisältötarjontaa vahvistetaan. Erityisesti Yle Areenaa aiotaan kehittää edelleen. (Yle 2020 suomalaisten keskellä 2014).

Verkojournalismin kehitykseen panostetaan vahvasti. Luovat sisällöt -yksikön suurin potentiaali verkojournalismin kehittämisessä on muuttaa säännöllisten ohjelmien teko-prosessia suunnitelmallisesti verkkolähtoisemmäksi. Luovat sisällöt -yksikkö panostaa verkojournalismissa sekä pieneen ja kevyeen artikkelituotantoon että isoihin, uutta luoviin verkojournalistisiin kokonaisuuksiin. (Yle 2020 suomalaisten keskellä 2014).

Strategian mukaan Yle on myös aikonut rekrytoida koodaajia tai kouluttaa omista toimittajistaan datajournalisteja, jotka osaavat koodata verkkosisältöjä. Strategiassa sano-

taan, että verkkojournalismissa menestyminen edellyttää myös, että käytössä on asiantuntevia verkkograafikoita. Luovat sisällöt -yksikön toimittajille on järjestetty mahdollisuus osallistua 1,5 vuotta kestävään verkkojournalismikoulutukseen, jonka tarkoituksena on vahvistaa toimittajien transmediaista ja monimediaista osaamista. Koulutus on toteutettu yhdessä Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keudan kanssa. (Yle 2020 suomalaisten kesellä, 2014.) Tarkoituksena on ollut antaa taidot verkonomaiseen sisällönkerrontaan ja julkaisuun (Ilikkanen 2016).

Perinteisesti esimerkiksi dokumenttitoimituksen verkkosisällöt ovat perustuneet televisiodokumenttien ohelle kirjoitettuihin lyhyehköihin verkkoartikkeleihin (Vehkaoja 2016). Nyt Luovien sisältöjen verkkotekemisessä pyritään siirtymään määrän sijasta syventävään laatuun. Verkkodokumentit vastaavat tähän hyvin, sillä teosten tulisi olla aikaa kestäviä ja niiden tarkoituksena on jäädä pysyvästi nettiin. (Karisto, henkilökohtainen tiedonanto 17.2.2016⁹; Ilikkanen 2016; Vehkaoja 2016.) Verkkodokumentti on tarjolla 24 tuntia vuorokaudessa ympäri maailman, eivätkä sitä rajoita broadcast-ohjelmien julkaisajat (Sparkman 2016).

Yle Areena on hyvin pitkään toiminut niin, ettei ole ollut kokonaista tuotantokautta katsottavissa tai on ollut vain 7 päivän oikeudet, minkä jälkeen ohjelmat ovat poistuneet. Sehän ei myöskään ole internetiä. Internetiä on sellanen, että asiat ovat ikuisia. Ne kerran julkaistaan, eikä oteta pois. Verkkodokumentit vastaavat ehkä parhaiten siihen, kun haetaan uudenlaisia tarinankerrontamuotoja, jotka ovat tässä digiajassa. (Ilikkanen 2016.)

Reuters Instituten tutkimuksessa (2016) vertailtiin kuuden eurooppalaisen yleisradioyhtiön sopeutumista muuttuvaan digitaaliseen mediaympäristöön. Tutkimuksen mukaan Yle ja BBC ovat uudistaneet parhaiten julkista palveluaan median murroksessa. Yhtiöt ovat nähneet uuden teknologian mahdollisuutena eivätkä uhkana. Ne ovat houkutelleet yleisöä verkossa, panostaneet yleisölle suunnattuihin mobiilipalveluihin ja kokeilleet hankkeita, vaikka niillä olisi epäonnistumisen riski. Yhtiöt ovat lakkauttaneet perinteikkäitä ohjelmia, jolloin niistä vapautunut raha on siirretty uusiin kokeiluihin. Ranskan, Italian, Saksan ja Puolan yleisradiot eivät ole uudistaneet julkista palveluaan samalla tavoin. Raportin mukaan osalla yhtiöistä ei ole tarpeeksi rahoitusta, osa on joutunut poliittisen painostuksen kohteeksi tai toimii vielä teknisesti kehittymättömillä markkinoilla. Tutkimusjohtaja Rasmus Kleis Nielsen sanoo raportissa, että suurin osa yleisradioyhtiöistä on jäänyt kehityksessä jälkeen, ja menettää näin yhteyden erityisesti nuorem-

⁹ Jatkoissa (Karisto 2016)

paan yleisöön. Hänen mielestään mediaympäristö tulee muuttumaan julkista palvelua nopeammin. (Digital News Project 2016.)

3 MIKÄ ON VERKKODOKUMENTTI?

3.1 Kirjalliset lähteet korostavat interaktiivisuutta ja epälineaarisuutta

Verkkodokumentin määritelmiä on monia, kuten on myös tapoja tehdä niitä. Pääasiassa termillä viitataan epälineaariseen ja interaktiiviseen verkkosivuun, joka voi yhdistää valokuvaa, tekstiä, ääntä, liikkuvaa kuvaa ja grafiikkaa (The Journey of Documentary - verkkosivu 2016). Verkkodokumentti ei tarkoita verkossa julkaistua dokumenttielokuvaa (Mäntymaa 2010). En siis tutki Yle Areenassa julkaistuja dokumentteja, vaan monimediallisia teoksia, jotka ovat itsenäisiä tuotteitaan tai kytköksissä televisiossa tai radiossa esitettävään ohjelmaan. Dokumentit julkaistaan yleensä omilla nettisivuillaan ja ne ovat yksittäisiä sivukokonaisuuksia (Koivula 2013). Verkkodokumentti ei ole määrättyyn aikaan sidoksissa niin kuin televisiolähetys tai elokuvateatteriesitys ovat (Vehkalahti 2010).

Verkkodokumentteja on Suomessa ja maailmalla tutkittu tarkemmin vasta 2000-luvulla ja itse asiassa paljoo kauempaa niitä ei ole tuotettukaan. Suomessa aiheesta on tehty ainakin kaksi ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä ja yksi pro gradu. Aiemmat suomalaiset tutkimukset ovat liittyneet verkkodokumentin muotoon: verkkodokumentin ilmaisukeinoihin (Pasula 2002), dokumenttielokuvan julkaisuun internetissä (Mäntymaa 2010) ja interaktiiviseen dokumenttiin verkkoympäristössä (Koivula 2013). Ulkomailla tutkimukset ovat yltäneet tohtoritasolle. Kattavin tutkimus interaktiivisesta verkkodokumentista on Sandra Gaudenzin väitöskirja vuodelta 2013. Interaktiivisten dokumenttien ympärille on kehittynyt useampia yhteisöjä kuten The Digital Cultures Research Centre ja sen alaisuudessa toimivat uutisia, keskusteluja ja tutkimuksia kokoavat verkkosivut i-docs (www.i-docs.org), Creative Territories (www.creativeterritories.dcrc.org.uk) ja Creative Citizens (www.creativecitizens.co.uk).

Tällä hetkellä verkkodokumenttia pidetään verkonomaisena tapana paketoita sisältöä. Yleisesti verkonomaisilla sisällöillä on kahdeksan erityispiirrettä: 1) journalistit käyttävät internetiä juttujen alustana, 2) hyperlinkit, 3) epälineaarinen kerronta, 4) monimedia, 5) journalistit voivat kertoa jutun reaaliaikaisesti ja julkaista jutun samanaikaisesti useilla sivustoilla ja alustoilla, kuten sosiaalisessa mediassa ja omalla sivustollaan, 6) interaktiivisuus, 7) informaation helppo saatavuus missä vain ja mihin aikaan tahansa ja 8) läpinäkyvyys esimerkiksi linkkien avulla. (Bradshaw & Rohumaa 2011, 30–31.) Verkkodokumentti

sisällöille ominaista on myös osallistavuus ja joukkoistaminen. Osallistava journalismi ei ole yhdensuuntaista vaan sekä toimittajat että yleisö osallistuvat verkkosisällön luomiseen. (Singer 2011, 206.) Joukkoistaminen tarkoittaa, että toimittaja pyytää yleisöä osallistumaan jutun tekoon haluamallaan tavalla (Hermida 2011, 20).

Sandra Gaudenzi on tutkinut Lontoon yliopistossa vuonna 2013 julkaistussa väitöskirjassaan *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary* lineaarisen ja interaktiivisen dokumentin eroja. Gaudenzi sanoo, että perimmäinen ero lineaarisen ja interaktiivisen dokumentin välillä ei ole siirtyminen analogisesta digitaaliseen teknologiaan, vaan siirtyminen lineaarisesta kerronnasta interaktiiviseen kerrontatapaan. (Gaudenzi 2013, 32.) Lineaariset dokumentit ovat aikaan perustuvia tuotteita ja ne ovat tarkoitettuja katsottavaksi ja soitettavaksi alusta loppuun. Tyypillisesti ne koostuvat 24 kuvasta sekuntia kohden. (Gaudenzi 2013, 72.) Interaktiivista dokumenttia taas ei voi analysoida pelkkien peräkkäisten kuvien perusteella, vaan mediassa on tarkasteltava myös koodeja, käyttöliittymää, algoritmeja ja dokumentin aktiivista käyttäjää. Interaktiivinen verkkodokumentti on kerroksellisempi, reaaliaikaisempi, pelillisempi ja muunneltavampi kuin lineaarinen dokumentti. (Gaudenzi 2013, 74.)

Gaudenzin mukaan interaktiivisuuden voi määritellä kolmella tasolla. Interaktiivisuus on osittain suljettua, kun käyttäjä voi selata, mutta ei muutta sisältöä. Kun interaktiivisuus on osittain avointa, käyttäjä pystyy osallistumaan, mutta ei muuttamaan dokumentin rakennetta. Täysin avoimessa interaktiivisessa dokumentissa käyttäjä ja dokumentti ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa ja ne mukautuvat toisiinsa. (Gaudenzi 2013, 37–62.) Nettiartikkeli, jossa ei ole interaktiivisuutta, on aina ”valmis” ja suljettu kokonaisuus, jolloin sen päivittäminen, täydentäminen ja kommentoiminen on hankalaa (Heinonen & Ruotsalainen 2014).

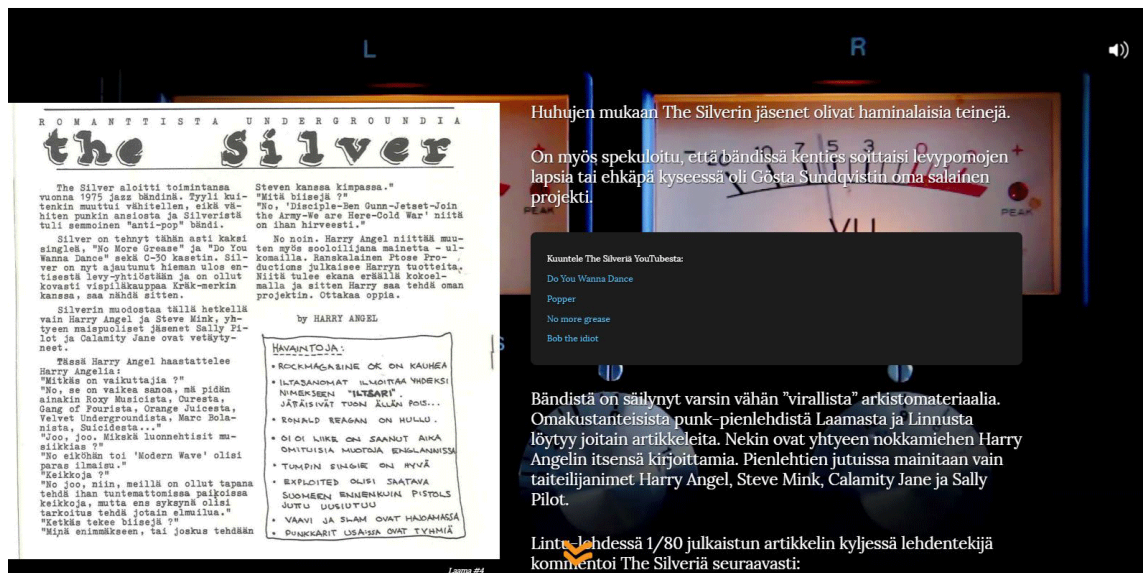
Interaktiivisen dokumentin käyttäjän täytyy pystyä fyysisesti ”tekemään jotakin” tuotteella (Gaudenzi 2013, 26). Verkkodokumentin käyttäjä on aktiivinen osallistuja, joka tekee päätöksiä esimerkiksi klikkaamalla, liikkumalla, navigoimalla, puhumalla tai kommentoimalla, jolloin dokumentin tarina etenee (Gaudenzi 2013, 32). Katsoja voi katsoa dokumentin videopätkiä haluamassaan järjestyksessä. Verkkodokumenttiin voi rakentaa päätarinan sivujuonteita, jolloin katsojalle voi antaa mahdollisuuden poiketa, tai olla poikkeamatta sivujuonteille. (Vehkalahti 2010.) Interaktiivisuus on siis käyttäjän mahdollisuutta ohjata teosta tai vaikuttaa sen sisältöön.

Pasula (2002, 48) sanoo, että multilineaarisen dokumentin tekeminen vaatii useita erilaisia polkuja ja mahdollisesti loppuratkaisuja. Mitä pelimäisemmän teoksesta haluaa tehdä, sitä enemmän teokseen on kirjoitettava, kuvattava, äänitettävä ja leikattava episodeja eli polun osia, jotka ovat lineaarisia kuva- ääni- tai tekstiratkaisuja.

Verkkodokumenttien, dokumenttipelien, eri alustojen cross-platform dokumenttien ja interaktiivisten dokumenttien käsitteet ovat niin sekoittuneita, ettei niiden eroja tarkkaan edes ymmärretä tai voida sanatarkasti määritellä (Gaudenzi 2013, 72). Suurin osa verkkodokumenteista on itseasiassa hybridejä eli yhdistelmiä kahdesta tai useammasta tyylistä tai tavasta (Gaudenzi 2013, 69). Vuonna 2015 koulutusrahasto Kouran kuniamaininnan saanutta Yle Musiikin tekemää *The Silver* -teosta kutsutaan Ylen sisällä ja ulkopuolella verkkodokumentiksi. Koura kuvailee teosta näin:

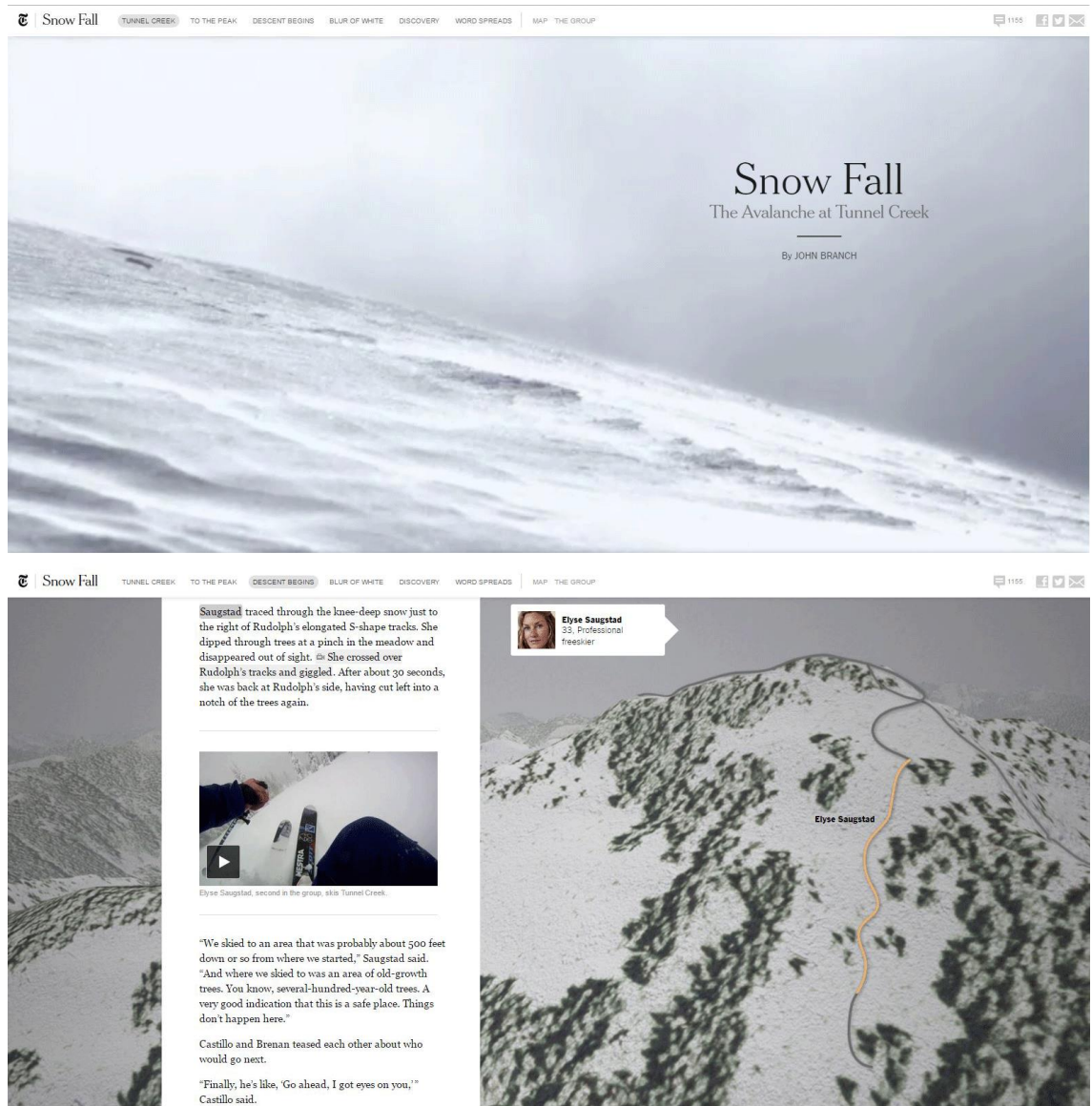
Verkkodokumentti yhdistää kirjoitettua sisältöä audionäytteisiin, videokuvaan, valokuviin ja lehtileikkeisiin tavalla, joka uudistaa ja laajentaa raikkaasti musiikkidokumenttien kerrontakeinoja. Pienen underground-yhtyeen tarinasta tulee kiehtova jännityskertomus, jota ei malta jättää kesken: verkkodokumentin dramaturgia on siis erinomainen. Kokonaisuus on myös visuaalisesti rikas ja aiheensa näköinen. (Koulutusrahasto Koura palkitut 2015.)

Vuoden 2012 The New York Timesin *The Snowfall* -juttua pidetään yhtenä ensimmäisistä ulkomaisista verkkodokumenteista tai -teoksista. *The Silverin jäljillä* ja *The Snow Fall* -teoksia voisi kuitenkin kutsua myös verkkofeatureiksi, sillä medioiden yhdistelystä, grafiikasta ja tunteellisesta tarinasta huolimatta teokset ovat lineaarisia ylhäältä alas scrollattavia sivuja. *The Snow Fall* voitti vuonna 2013 Pulitzer-palkinnon featurekirjoittamisen sarjassa (Haughney 2013). *He katsovat kuolemaa silmiin* -verkkodokumentista ja *Huume-Suomen historia* -sarjan verkkokokonaisuudesta löytyy yhtäläisyyksiä edellä mainittuihin. Ne kaikki ovat tarinoidensa ympärille rakennettuja, niiden mediat yhdistyvät saumattomasti toisiinsa, käyttäjä voi tehdä valintaa klikkaamalla auki, mitä haluaa tarkemmin tutkia, ja tarinat etenevät ylhäältä alas. Ne ovat teosluonteisia, suuritöisiä, tarinallisia kokonaisuuksia ja täten ovat kulkeneet verkkodokumentin nimellä.



Kuva 4. Työryhmä selvitti teokseen lukuisten artikkeleiden ja keskustelupalstavihjeiden perusteella *The Silver* -yhtyeen tarinan ja jäljitti bändin ydinahmon haastatteluunsa. Yle Musiikin tuottama verkkodokumentti on erikseen koodattu ja sen tekninen toteutus on ostettu talon ulkopuolelta. Käyttäjää scrollaa ylhäältä alas, jolloin tarina etenee ja mysteerin osaset loksatelevat paikoilleen. Mediat ovat liitettyinä toisiinsa mahdollisimman saumattomasti. Idean isä, suunnitteluryhmän jäsen ja tuottaja Sami Hahtala (henkilökohtainen tiedonanto 8.2.2016¹⁰) kertoo, että teosta lähdettiin toteuttamaan kokeilunhalusta ja että tarina haluttiin paketoita juuri tähän muotoon. Hahtala painottaa, että tarina päätettiin toteuttaa verkossa, koska aihe kiinnosti ja puhututti nimenomaan musiikkiaiheisilla keskustelufoorummeilla. *The Silverin jäljillä* on antanut esimerkiksi muille samantyyliisille verkkokokonaisuuksille Ylellä. Kuvassa on kaksi kohtaa teoksesta.

¹⁰ Jatkossa (Hahtala 2016)



Kuva 5. *The Snow Fall* -teos on laaja verkkosivusto, kertoo lumivyöryyn liittyvistä tapahtumista Seattlessa. Teos on jaettu kuuteen osioon *Tunnel Creek*, *To the Peak*, *Descent begins*, *Blur of White*, *Discovery*, *World Spreads*, joihin pääsee yläpalkin otsikoista. Lisäksi jutussa on klikattaessa ponnahtavia kuvia ja karttoja sekä automaattisesti käynnistyviä visualisointeja. Alemmassa kuvassa oleva kartta elää tarinan tapahtumien mukaan. (Branch 2016.)

3.2 Ylen tuottajien mielestä verkkodokumentti on teos

Useimpien haastateltujen tuottajien mielestä verkkodokumentille olennaista on monimediallinen teosmaisuus, joka erottaa dokumentin verkkoartikkelista. Verkkodokumentti on runsaampi, interaktiivisempi ja pelillisempi, kun taas artikkeli ei sinänsä vaadi käyttäjältään yhtä paljon, sillä se perustuu ensisijaisesti kuvaan ja tekstiin (Vehkaoja 2016).

Radio- ja verkkodokumentteja tuottavan Hannu Kariston (2016) mukaan verkkodokumentin tulisi olla rajattu kokonaisuus, joka on juuri tekijänsä näkemys ja tulkinta aiheesta. Nettiin ei myöskään julkaista kaikkea mahdollista, vaan teoksen tulee olla yhtä hiottu kokonaisuus kuin broadcast-ohjelmakin.

Sen olen huomannut, että Ylessä käytetään aika huolettomasti verkkodokumentti-sanaa. Vaikka kyse on selkeästi verkkoartikkelista, siitä huolimatta sitä kutsutaan verkkodokumentiksi. Mielestäni verkkodokumentti on teosluonteinen kokonaisuus, joka toteuttaa myöskin sitä dokumentaarisuutta. (Karisto 2016.)

likkanen (2016) sanoo, että parhaat verkkodokumentit ovat sellaisia, joissa toteutus tukee tunne-elämyksen vahvistamista. Teos ei välttämättä noudata lineaarista ylhäältä alas -kerrontaa kuten artikkeli, vaan se voi olla tarinansa mukaan rakennettu. Teoksen tarinan kulkuun voidaan lisätä joitakin vuorovaikutuksellisia elementtejä. Käyttäjälle annetaan mahdollisuus poiketa sivupoluille, vaikuttaa tarinaan tai valita mitä haluaa katsoa tai kuunnella. Kokemus voi olla erilainen eri käyttökerroilla. (likkanen 2016; Vehkaoja 2016; Jormanainen 2016.) Dokumenttitoimituksen vastaavan tuottajan Laura Vehkaojan (2016) mielestä verkkodokumentti ei ole yhtä helppolukuinen tai nopeasti nautittavissa kuin artikkeli.

Vaatii sen, että laittaa luurit korviin. Tavoite on, että ne kolme tai neljä elementtiä, teksti, stilli, ääni, liikkuva kuva liittyvät toisiinsa mahdollisimman saumattomasti. Keskityt siihen ja uppoudut, klikkailet, suurennat, tutkit. (Vehkaoja 2016.)

Rajaa verkkodokumentin ja -featuren välille on vaikea vetää ja jokainen vetää sen eri paikkaan riippuen mitä juttuja vertaillaan. Jormanaisen mielestä (2016) raja on todella venyvä ja osittain turha, koska hyvä juttu on hyvä juttu, oli muodon nimi mikä tahansa. Tuottaja Nina Stenrosin (henkilökohtainen tiedonanto 18.4.2016¹¹) mielestä on ongelmallista, että tarkka käsite puuttuu, sillä se voi aiheuttaa väärinymmärryksiä. Tavalliset verkon käyttäjät, jotka eivät ole media-alan ihmisiä, voivat ymmärtää verkkodokumentin Yle Areenasta katsottavaksi ohjelmaksi. Stenrosin mukaan *Huume-Suomen historia* -sarjan verkkoteosten nimitystä todella pohdittiin, mutta parempaa ei kuitenkaan keksitty.

Verkkofeatureja ja erikseen koodattuja interaktiivisia sivustoja verrattaessa tullaan perimmäiseen kysymykseen siitä, mikä itse asiassa on verkkodokumentti. Verkkodokumentin määritelmä, tai tarkan määritelmän puute, nousevat yhä uudestaan esiin haastatteluissa. Tarvitseeko teoksessa olla interaktiivisuutta vai riittääkö pelkkä medioiden

¹¹ Jatkossa (Stenros 2016)

yhdistely? Entä määritteleekö erikseen koodaus ja työhön käytetty aika teosmaisuu- den? Vehkaoja (2016) kaipaa lisää vuorovaikutuksellisuutta ja uskookin sen olevan ratkaiseva tekijä, kun etsitään verkkodokumentin määrittävää tekijää. Mielestäni voisi kuitenkin sanoa, että kun tuotantotiimin koko ja tuotantoon käytetty aika alkavat vastata broadcast-tuotannon resursseja, ja kun tuotteella on selkeästi dokumentarismille omi- nainen tekijänsä näkemys, alkaa kyseessä olla enemmän verkkodokumentti kuin verk- kofeature. Lisäksi verkkodokumenttia määrittelee se, että teos muovataan tarinansa ympärille, eikä sitä ahdeta valmiiseen muottiin.

3.3 Webortasista verkkodokumentiksi

Verkkodokumenttien ja verkkofeaturejen historia ulottuu Suomessa jopa 90-luvulle. Helsingin Sanomien Verkkoliite tuotti vuosien 1998–2001 välillä webortaseiksi kutsut- tuja netissä julkaistuja interaktiivisia verkkoreportaaseja, jotka yhdistivät ääntä, flash- animaatiota, grafiikkaa, tekstiä ja ohjelmointia. (Väliaho & Lundgren 2005, 92.) Helsingin Sanomilla oli verkkoliitteen perustamisesta 1996 saakka oma osasto "Klik!"- materiaalille, joka tuotettiin vain verkkoa varten. "Klik!"-materiaalia tuottava nettitoimitus oli uusi osasto sanomalehden perinteisten kotimaa-, kaupunki-, urheilu- ja muiden toi- mitusten rinnalle. Webortasit hakivat muotoaan parin ensimmäisen vuoden ajan kun- nes formaatti syntyi: kerran kuukaudessa julkaistava tietopaketti kiinnostavasta aihees- ta, jossa oli aina oltava mukana interaktiivinen, toiminnallinen elementti. (Numminen, henkilökohtainen tiedonanto 12.4.2016¹².) Webortasit palkittiin kahtena vuonna pe- räkkin European online awardsissa. Vuonna 2000 palkinto voittiin sarjassa Music & Entertainment ja seuraavana vuonna pysti tuli Best feature -sarjassa (Verkkoliite ja WOW! voittivat NetMediassa -verkkouutinen 2000). Verkkoliitteen silloisen esimiehen Petteri Nummisen (2016) mukaan tiimin ajatus oli, että verkkomedia tarvitsee omat formaattinsa, joissa käytetään hyväksi nimenomaan sellaisia kerronnan muotoja, jotka ovat mahdollisia vain kaksisuuntaisessa verkossa. Webortasituotannon ja idean isä Petteri Numminen itse lopetti työskentelyn webortasien parissa kesän kynnyksellä 2000, minkä jälkeen esimiehenä toimi Mika Pippuri. Lista Helsingin Sanomien tuotta- mista webortaseista on tässä: <http://www2.hs.fi/klik/webortasit/>.

Mediana verkko on viettelevä. Se matkii muita medioita ja omaksuu niiden sisäl- töjä. Julkaisijan on helppoa ja halpaa siirtää olemassa olevaa materiaalia nettiin. Siksi verkko on täynnä sanomalehtien artikkeleita sekä radion ja television virtaa.

¹² Jatkossa (Numminen 2016)

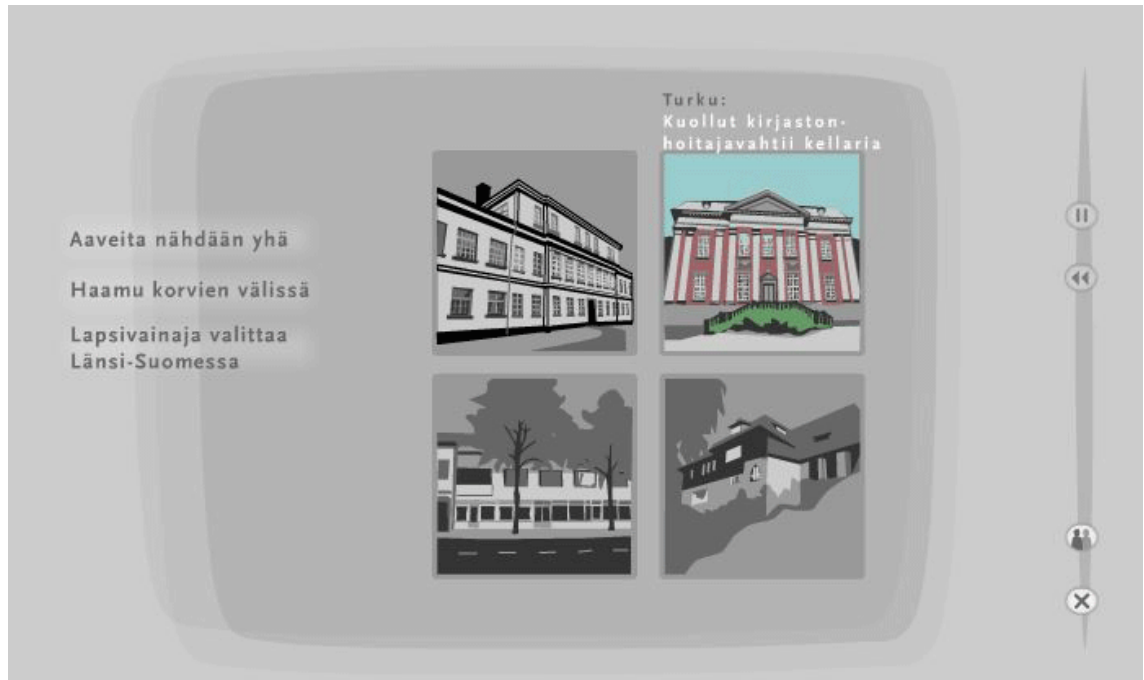
Helsingin Sanomilla uutispäällikkömme Petteri Numminen ymmärsi, että verkko on oma mediansa, johon journalismi tulisi suunnitella. Ajatuksena oli tehdä verkkojournalismia, eikä journalismia verkkoon. (Väliaho & Lundgren, 2005, 92.)

Olimme hyvin tietoisia siitä, mitä oli syntymässä: kokonaan uusi media. Tällainen tilaisuus sattuu harvoin, jotakuinkin 40 vuoden välein: pääsee seuraamaan uuden median nousua aivan alusta alkaen. Näimme myös vähän kummallisenkin kirkkaasti tämän uuden median vaikutukset perinteiselle medialle: kenttä, rahat, työt ja merkitykset - kaikki - jaetaan uudelleen. (Numminen 2016.)

Tuomo Väliaho ja Jarmo Lundgren kertovat vuonna 2005 julkaistussa *Digital think – An anthology from new media thinkers* -tutkimuksessa, että Helsingin Sanomilla webortaasien suunnittelijat innostuivat jopa liikaa epälineaarisuudesta. Käyttäjä ei useinkaan enää kyennyt löytämään materiaalia tai kyllästyi etsimään. Vaikutti, että vain lapset kiinnostuivat tästä piilosleikistä, kun aikuiset taas halusivat informaation järjestellympänä ja selkeämmin. Jutuissa päädyttiin käyttämään lyhyitä tekstejä, flash-animoituja kuvia ja grafiikoita. Lopulta päätettiin keskittyä valmiimpien alustojen (web template), formaattien ja sarjojen luomiseen. Tutkimuksen mukaan Helsingin Sanomien Petteri Nummisen mielestä ratkaisu oli traditionaalisen tarinankerronnan noudattaminen, mikä auttoi ymmärtämään ja ohjaamaan webortaasien suunnittelua ja järkevää paketointia. (Väliaho & Lundgren 2005, 92–95.)

Tarinan sisältö ratkaisee. Valmiiksi tehty alusta antoi lukijan keskittyä itse tarinaan joutumatta ratkomaan vaihtuvia teknisiä yksityiskohtia. (Väliaho & Lundgren 2005, 95.)

Susanna Pasula on tutkinut vuonna 2002 julkaistussa pro gradussaan Verkkoliitteen *Kummitus kävi taloksi* -webortaasia, jonka Pasula itse on käsikirjoittanut ja ohjannut vuonna 2001. Hän kertoo, että webortaaseissa täytyi olla selkeä journalistinen sisältö, eikä teos voinut olla pelkkää elämystä. Lisäksi teosten piti olla helppokäyttöisiä. Pasula sanoo, että kiireen lisäksi helppokäyttöisyyden vaatimus johti siihen, ettei kyseisestä teoksesta tehty kovin vuorovaikutteista. Ajateltiin, että interaktiiviset yllätykset ja haarautuvat polut olisivat saattaneet hämmentää tuttuun lineaariseen kerrontaan tottunutta yleisöä. Ellei journalistisen, selkeän sisällön vaatimus olisi ollut tekijöiden tiedossa, tulos olisi saattanut olla kokeellisempi. (Pasula 2002, 13.)



Kuva 6. *Kummitus kävi taloksi* -webortaasin käyttäjä voi valita kuvakkeista kuunteleeko Helsingin, Turun, Porin vai Kirkkonummen kummitustarinan. <http://www2.hs.fi/klik/kummitus2001/kummitus.html>

Petteri Numminen (2016) sanoo, että toiminta oli hyvin erilaista verrattuna siihen, mitä printin puolella tehtiin. Hän kertoo, että tiimityö nostettiin kunniaan ja ajatus yksinäisestä sankarijournalistista kuopattiin. Tiimit koostuivat toimittajista, mutta yhtä lailla tasaveroisina kumppaneina olivat graafikko ja koodaajat.

Istuimme kaikki samassa tilassa ja riippumatta työnkuvasta, ajattelin ainakin itse kaikki journalisteina. Oma taustani oli muuten journalismin lisäksi dokumenttielokuvassa, mistä oli erittäin paljon hyötyä webortaaseja mietittäessä. Muun muassa tiimityön tärkeys tuli sieltä. (Numminen 2016.)

Vuoden 2001 lopussa Helsingin Sanomien webortaasien teko kuitenkin lopetettiin, sillä rahat eivät enää riittäneet, kun kuluista ja tuotantoon käytetystä ajasta päätettiin leikata (Väliaho & Lundgren 2005, 92–95).

Kun tuotanto maksaa 10 000 nykyeuroa ja tuotot ovat 2000 euroa, liiketoiminnan johdolle ei riitä enää se, että brändi vahvistuu ja palkintoja tulee. Samassa rytkässä tehtiin muuten sitten käsittääkseni vielä hirvittävämpi virhe: koodaajat siirrettiin eri yksikköön ja pois toimituksesta. Nyt katsottuna tuo oli fataali päätös – ei ainoastaan webortaasien, vaan koko nettijournalismin kannalta. [– –] Olen vähän pettynyt. Nettijournalismi jäi jotenkin vajaaksi. Kun televisio keksittiin, käsitys tv-uutisista oli se, että kuvattiin radiouutisten lukijaa. Eihän se toimi! Nyt nettijournalismi on kuitenkin juurikin pelkkää näköradiota: tekstiä ja kuvia. Vähän tylsää meidän seikkailuumme verrattuna. (Numminen 2016.)

Petteri Numminen pitää webortaaseja nykyisten verkkofeaturejen ja -dokumenttien esimuotona. Mutta olivatko webortaasit enemmän featureja vai dokumentteja? Nummisen mielestä tarkka termi on vain semantiikkaa. Hänestä jutut olivat natiivia nettijournalismia, joka oli tehty käsityönä juuri verkkoa varten ja verkon parhaita ominaisuuksia hyödyntäen. Myös Yle Asian verkon tuottajan Tanja Ilikkasen (2016) mielestä Helsingin Sanomien tekemissä webortaaseissa on samat tarinankerronnan lainalaisuudet kuin nytkin tuotetuissa verkkodokumenteissa.

Käyttäjä pystyi valitsemaan, että meneekin eteenpäin eikä kuuntele haastattelua loppuun. Kyllä ne verkkodokumentteja on, mutta niitä kutsuttiin webortaaseiksi. (Ilikkanen 2016.)

Ylen Uutis- ja ajankohtaistoiminnan verkkokehitystiimin Aki Kekäläinen (2016) kertoo, että webortaaseja kokeili maailmalla moni muukin, mutta harva niistä jäi elämään. Kokeiluvaiheen jälkeen ne kuolivat pois.

Todennäköisesti niiden kustannustehokkuus ei ollut hyvä. Nähtiin paljon vaivaa, mutta yleisöt olivat tosi pieniä. Ja monesti niissä voi tapahtua myös se, että saa saman määrän lukijoita, vaikka olisit nähnyt vähän vähemmän vaivaa. Eli perusjutulla sait saman lopputuloksen kuin mitä erityisellä satsauksella. Silloin ei ehkä haluttu investoida niihin. Ei nähty sitä hyötyä. Ne vaan pitää tehdä oikein, jotta saadaan haluttuja tuloksia ja opetteluun menee aikaa. (Kekäläinen 2016.)

Samoihin aikoihin kuin Helsingin Sanomilla myös Yle Uutisissa kokeiltiin webortaasien tekoa, mutta niitä ei tuotettu yhtä säännöllisesti. Uutis- ja ajankohtaistoiminnan nykyinen verkon kehityksen projektipäällikkö Jarkko Ryytänen oli mukana tekemässä Yle Uutisten 2000-luvun alun webortaaseja. Hän kertoo, että webortaaseja haluttiin tuottaa pääosin kahdesta syystä. Tarkoitus oli kokeilla uusia kerrontamuotoja sekä kertoa käyttäjille, että Yle oli mukana kehityksessä. Aivan kuten Petteri Nummisen ja Tanja Ilikkasen mielestä, myös Ryytänen näkee webortaasit nykyisten verkkofeaturejen ja -dokumenttien esimuotoina. (Ryytänen 2016.)

Tuohon aikaan verkkotoimintaa oli kuitenkin muualla Ylessä vielä hyvin vähän. Kun nettisivuja alettiin laajentaa, Yle Uutisten harvat verkko-osaajat napattiin muihin töihin kuten rakentamaan Ylen tv-ohjelmien verkkosivuja. Sitten Uutisten verkkoon tehtäviä erikoissisältöjä alettiin kutsua nettispesialleiksi ja niitä on nyt tuotettu noin kahdeksan vuoden ajan. (Ilikkanen 2016; Ryytänen 2016.) Aiemmin mainitun Plus-deskin tulo vuonna 2013 systematisoi verkkospesiaalien tuotannon (Salminen 2016).

4 DOKUMENTTITOIMITUS VERKKODOKUMENTTIEN TUOTTAJANA

4.1 Ylen asema verkkodokumenttien tuottajana

Vaikka koodariosaaminen ostetaan kaupalliselta puolelta, tällä hetkellä Yle tuottaa ai-noana Suomessa verkkodokumentteja. Kaupallisen puolen tuotantoyhtiöissä niitä ei tehdä, sillä tuotos–panos-suhde on vielä huonompi verrattuna broadcast-tuotteeseen. Verkkodokumenttien tekeminen vaatii paljon tunteja sekä hyvää osaamista sisällöllises-ti, graafisesti ja teknisesti. Lama-aikana perinteiset broadcast-tuotantoyhtiöt eivät ole pystyneet palkkaamaan näitä tekijöitä. (Ilikkanen 2016.)

Ei ole syntynyt vielä verkkoindejä [itsenäisiä, kaupallisia tuotantoyhtiöitä], joita odotan itse aika paljon. (Ilikkanen 2016.)

Tästä huolimatta hidas journalismi itsessään verkon juttutyypinä on noussut, mistä kertoo Hitaan journalismin yhdistys ry:n vuonna 2013 perustama Long Play. Sivusto julkaisee freelance-journalistien tuottamaa tutkivaa journalismia, laajoja reportaaseja, henkilökuvia, esseitä ja muita pitkiä juttuja digitaalisessa muodossa. (Long Play - verkkosivu 2016). Toki Long Playn jutut ovat hyvin perinteisiä tekstiin perustuvia artikkeleita. Helsingin Sanomien vuonna 2012 perustettu datadeski tekee verkkoon testejä ja visualisointeja. Datadeskin interaktiivisia ja tarinallisia verkkofeatureja kutsutaan eri-koistaitoiksi lehtitalon termein (Mäkinen, henkilökohtainen tiedonanto 13.4.2016). Esi-merkiksi Helsingin Sanomien Kuukausiliitteen *Syvällä*-artikkeli suomalaisten luolasukel-tajien kohtalokkaasta matkasta Norjassa yhdistää lineaarisesti tekstiä ja videota moni-mediatarinaksi (Syvällä-artikkeli 2014). Verkkodokumenteiksi Helsingin Sanomien tuo-toksia en kuitenkaan luokittelisi, sillä ne perustuvat paljolti tekstiin, eikä esimerkiksi *Syvällä*-artikkelin lukijalle tarjota sivupolkuja tai valinnanmahdollisuuksia.

Kiinnostus verkkodokumentteja kohtaan on näkynyt jo vuosia muissa maissa. Projektit kuten *Gaza Sderot: Life in Spite of Everything* (2008), *Journey to the End of Coal* (2009), *The Virtual Revolution* (2009), *Prison Valley* (2010), *Life in a Day* (2010), *Bey-ond 9/11* (2011) ja *Alma: A Tale of Violence* (2013) osoittavat, että suuret viestintäyri-tykset kuten The Guardian, The New York Times, BBC, Arte TV, Le Monde ja Time Ma-gazine ovat liikkuneet kohti alaa ja sijoittaneet interaktiivisiin alustoihin. Sandra Gau-denzin mielestä genre on siirtynyt taloudellisesta katsoen korkeammalle tasolle. (Gau-

denzi 2013, 14.) Maailmalla erityisesti suuret sanomalehdet New York Times ja The Guardian ovat edelläkävijöitä ja näistä myös Yle on ottanut mallia (Ilikkanen 2016; Vehkaoja 2016).

Sanomalehtipuolella on varmaan nopeammin tajuttu, että tässä voisi kehittyä. He ovat tehneet sitä perus bisnestään niin kauan. Meillehän kirjoittaminen tuli vähän kuin uutena. On mennyt vuosia, että on löydetty toimittajia, joille se on luontevaa ja opetetaan niitä, joille se ei ole. (Ilikkanen 2016.)

Kuitenkin muihin pohjoismaisiin yleisradioyhtiöihin verrattuna Yle panostaa verkkoon dokumentin ensisijaisena muotona jopa enemmän (Vehkaoja 2016). Ruotsissa Sveriges Television (SVT) on tehnyt linjauksen, jonka mukaan yhtiö keskittyy tuottamaan vain uutisia ja Yle Areenan kaltaista SVT-playta. Teosmainen verkkojournalismi jätettiin kokonaan pois (Ilikkanen 2016). Norjan Norsk Rikskringkasting (NRK) puolestaan on tuottanut verkkodokumentteja kuten esimerkiksi teoksen, jossa oli ensimmäistä kertaa käytetty pystykuvavideoformaattia (Vehkaoja 2016).

Kun tapaan esimerkiksi meidän pohjoismaisia kollegoja, niin kyllä me minun mielestäni olemme edellä. Esimerkiksi *Tuhoisan rakkauden kaava*, parisuhdeväkivalta kertova verkkodokumentti, jonka esittelimme Pohjoisvision kokouksessa, herätti paljon kiinnostusta. He lähtivät mukaan kehitystyöhön, mutta heidän vaahteensa oli, että tähän on tultava myös jokin televisioulottuvuus. Meillä kuitenkin jo ajatellaan niin, että voidaan tehdä jotain oleellista, tärkeää, merkittävää sisältöä, jonka emoteute on verkossa. Heille se oli vielä sivutuote. Ei se meilläkään vielä ihan yksiselitteisesti näy budjetoinnissa, mutta filosofiassa se on jo olemassa, mikä on tärkeä ensimmäinen askel. (Vehkaoja 2016.)

Pohjoisvision eli Nordvisionin yhteistyökumppanit ovat Pohjoismaiden julkisen palvelun yleisradioyhtiöt Suomen Yleisradio, Ruotsin Sveriges Television (SVT), Norjan Norsk Rikskringkasting (NRK), Tanskan Danmarks Radio (DR) ja Islannin Ríkisútvarpið (RÚV) sekä Ruotsin koulutusradio Utbildningsradion (UR). Pohjoisvisio tuottaa yhteensä 17 televisiokanavalle ohjelmia ja sen kautta tehdään yhteistuotantoprojekteja, ohjelmien vaihtoja, formaattien kehitystä ja muuta ammatillista yhteistyötä. (Nordvision-verkkosivu 2016).

Fakta on se, että me ollaan tosi pitkällä. Sellaisia asioita, jotka ovat meille täällä jo ihan itsestään selviä, muut eurooppalaiset vielä pähkäilee. Vaikka resurssija on vähän, siitä huolimatta kyllä on paljon saatu aikaan. (Stenros 2016.)

4.2 Työtehtävät verkkodokumentin teossa

Verkkodokumenttituotannossa työskentelee alusta loppuun toimittaja ja käsikirjoittaja. Sisältöelementeistä riippuen voidaan tarvita äänittäjää ja kuvaajaa, mutta nykydoku-

mentaristi voi nauhoittaa ja kuvata itsekin. Ylellä tiimiin kuuluu myös tuottaja, konseptisuunnittelija, graafikko ja tekninen toteuttaja eli koodari. Ylen dokumenttitoimituksen tuotantotiimit ovat olleet verrattain pieniä, kun esimerkiksi ranskalais-saksalaisen Ar-te.tv:n tuottama *Gaza Sderot* -dokumentti työllisti täysipäiväisesti noin 30–40 hengen työryhmän kolmeksi kuukaudeksi. Dokumentti rahoitettiin kohtuullisen suurella rahamäärällä. Sen budjetti oli 350 000–400 000 euroa. (Bernstein & Brachet 2009.) Ylellä yksittäisen verkkodokumentin hintaa ei vielä tarkkaan voi määrittellä, sillä haitari on laaja riippuen siitä, minkä tyyppinen sisältö halutaan luoda. Laura Vehkaoja (2016) sanoo kuitenkin, että pelkästään koodaamistyöhön kuluu 3000:sta 40 000–50 000:teen euroa, jos työ ostetaan ulkopuolelta. Taustatiedonhaun, käsikirjoittamisen, haastattelujen, kuvauksen, äänittämisen, editoinnin, graafisen suunnittelun ja toteuttamisen sekä teknisen toteutuksen lisäksi tuotetta pitää testata ennen julkaisua. Verkkodokumentin idea tulee useimmiten toimittajalta tai käsikirjoittajalta, jotka voivat olla myös sama henkilö.

Tähän mennessä pääsääntöisesti verkkodokumenttikokeiluja on vienyt eteenpäin Radion Dokumenttiryhmä Hannu Kariston (2016) vetämänä. Televisiopuolelta ensimmäisiä kokeiluja ovat olleet *Huume-Suomen historia* -sarjan verkkodokumentit. Verkkoteokset tuotettiin tv-sarjan oheen paljolti käsikirjoittaja-ohjaaja Riikka Kaihovaaran oma-toimisen teknisten haasteiden selvittelyn ansiosta. (Stenros 2016.) Yle Asian verkkotiimin vastaava tuottaja Tanja Ikkänen on ollut myös vahvasti mukana tuotannoissa.

Audion tuottaminen on videon tuottamista halvempaa, mikä voi helpottaa kokeilullisten teosten tekoa (Vehkaoja 2016). Kariston mielestä kuitenkin perimmäinen syy siihen, miksi radiotiimi on tehnyt ensimmäiset kokeilut, voi johtua siitä, että radiosta ja audiosta on videota lyhyempi matka verkkoon. Karisto kertoo, kuinka ensimmäisiä verkkodokumenttikokeiluja lähdettiin miettimään ja kehittämään. Ensin tehtiin audio, minkä jälkeen pohdittiin, kuinka se voitaisiin kuvittaa ilman, että kuva syö äänen voimaa. Keskittymisen haluttiin pysyvän kuuntelemisessa sen sijaan, että käyttäjä jää tuijottamaan ruudun tapahtumia. (Karisto 2016.)

Ehkä meidän radioihmisten on jotenkin helpompi lähteä pohdiskelemaan ja etsimään sitä verkon omaa ilmaisutapaa. Me muutenkin koko ajan joudutaan miettimään audion ja kuvan suhdetta. Kun se kuva on niin voimakas aina. Varsinkin verkossa, kun siellä screenillä pitää kuitenkin jotain tapahtua, mutta jos me halutaan, että se ei olisi automaattisesti televisiodokumentti, joka viedään verkkoon, vaan jotain muuta kieltä. Sillä tavalla ehkä se matka radiosta ja audion tekemisestä on lyhyempi ymmärtää verkon ilmaisukeinoja. Tv-ihmiset usein, tämä mikään moite ole, mutta se vaan menee siihen, että työnnetään sinne verkkoon televisioilmaisua. Ja sitä tietenkin tukemaan tekstiä ja muuta mitä verkkoon voi lait-

taa, mutta se ei ole sitten omillaan verkon tekemistä tai verkon ilmaisukieltä. (Karisto 2016.)

Genretuottaja Laura Vehkaoja sanoo, että dokumenttitoimituksen tekninen osaaminen on vielä tiettyjen henkilöiden käsissä, kuten Jussi Jormanaisen, joka vastaa yle.fi/dokumentit-sivustosta ja sen kehittämisestä. Kuitenkin ymmärrys siitä, minkälaista sisältöä verkkoon kannattaa tehdä, on kasvanut kohisten koko toimituksessa. (Vehkaoja 2016; Jormanainen 2016.)

Ymmärrykseen on vaikuttanut se, että on vaan tehnyt ja sitten näkee, mikä lähtee liikkumaan ja mikä ei. Kokeilemalla ja testaamalla ja tottakai verrokkeja seuraamalla. On kehitystyötä. Tavallaan me olemme tosi etuoikeutetussa asemassa, että pääsemme luomaan uutta muotoa. Me etsimme sitä oikeaa tapaa tuottaa dokumentaarista sisältöä. Miten paketoitaisiin sisältö niin, että se näyttäisi hyvältä, kiinnostaisi ja kuulijat ja katsojat löytäisivät sen? (Vehkaoja 2016.)

Tanja Iikkasen mielestä koodaajan ja konseptisuunnittelijan kannattaa olla mukana jo verkkodokumentin ideoinnissa, jotta suunnitelmat olisivat realistisemmin toteutettavissa. Koodausta tuntematon toimittaja voi helposti kehittää ideansa liian pitkälle, minkä jälkeen koodari asettaakin toteutukselle todelliset raamit. Esimerkiksi toimittaja ei välttämättä muista ajatella, miten sivusto toimii kännykän pienellä ruudulla. Yle Luovissa sisällöissä ei työskentele yhtään koodaajaa vakituisesti. Kun talon sisältä ei ole löytynyt tekijöitä, on verkkodokumenttien koodaus ostettu ulkopuolelta – kahden hengen voimin toimivalta Viiksipojat-nimiseltä yritykseltä. Tekijät ovat päätyneet tuotantoihin tuttujen kautta ja epävirallisia reittejä pitkin. (Ikkänen 2016; Hahtala 2016.) Juuri vakituisia koodareita toimituksiin kaivattaisiin, ja niiden tarve mainittiin lähes jokaisessa haastattelussa. Ikkasen (2016) mukaan rekrytointeja ei kuitenkaan ole tiedossa, joten työ mitä luultavimmin ostetaan ulkoa jatkossakin.

On tosi vaikeaa löytää sisältökoodaajia. Koodariosaaminen on niin kovassa huurossa, että ne palkataan muualle kiinnostaviin töihin ja hyviin firmoihin. Me emme ole rakentamassa pankkipalvelujen tietoturvaa, joka vaatii ihan muuta koodikieltä, vaan sisältöjä ja animaatiota. (Ikkänen 2016.)

Kutistuvien budjettien vuoksi monet mediatilat ovat joutuneet miettimään resurssiensa käytön uudelleen. Yhdysvaltalaisen Associated Press uutistoimiston interaktiivisten uutisten johtajan Paul Cheungin (2016) mielestä organisaatiot toimivat yhä enemmän startup-yritysten tapaan. Mediatilat kokeilevat Silicon Valleysta tuttuja metodeja kuten ajattelutapaa, jonka mukaan sisältöä ja tuotteita on kehitettävä palautteen ja kokeilemisen avulla. Cheung sanoo, että journalistien on laajennettava taitojaan. Oppiakseen uusia taitoja toimittajat hakevat apua esimerkiksi yrittäjäyhteisöistä ja lisäävät yhteistyö-

tä oppilaitosten kanssa. (Marconi 2015.) Journalistien pitää osata käyttää hyperlinkkejä ja erilaisia alustoja. Jotta tuote löytyy verkosta, toimittajan pitää ymmärtää hakukoneoptimointia ja osata kirjoittaa artikkeli sen mukaisesti. Monimedian tekeminen vaatii sitä, että osaa tuottaa sekä tekstiä, kuvaa, liikkuvaa kuvaa että ääntä. (Bradshaw & Rohumaa 30–31.) Opinnäytetyön kaikkien haastateltavien mielestä on tärkeää saada mahdollisuuksia kokeiluun ja kokemuksien keräämiseen, jotta media-ala sekä dokumentaarinen kerronta kehittyvät eteenpäin.

Digitaalinen muutos synnyttää jatkuvasti uusia ammatteja. Ylen henkilöstöllä on raudanluja radio- ja televisiovälineen osaaminen ja perusta. Se luo tekemisen lähtökohdan, mutta se voi olla myös muutoksen hidaste. Uusien sisältöjen tarpeet vaativat uudenlaista osaamista ja uuden omaksumisen asenteen. Digitaalinen media haastaa tekijät soveltamaan ja jalostamaan vanhaa osaamista uudeksi. Vanha rikastuu uudesta, siksi tarvitaan myös puhtaasti uuden sukupolven mukaan tuloa, sekä Ylen sisälle että kumppanuuksien piiriin laajemmin. Medioiden konvergenssi ja sisällön monimediallisuus asettavat tarinankerronnalle ja sisällöntuottamisen taidoille uusia vaatimuksia. Internetissä ilmaisu on erilaista. Koodi on uusi tarinankerronnan muoto. Koodaajat ovat uuden ajan median tekijöitä, koodaaja pystyy tekemään näkymättömän näkyväksi, kuten taiteilija. (Ylen verkkomedian visio 2020 -verkkosivu 2016.)

4.3 Dokumenttitoimituksen verkkodokumenttituotannot

Dokumenttitoimitus on julkaissut yhdeksän verkkodokumenttia, jotka ovat nimiltään *Ensimmäinen koulupäivä*, *Korvaava*, *Bäkkärit*, *Panchakarma*, *He katsovat kuolemaa silmiin* sekä *Huume-Suomen historia* -sarjan neljä osaa *Yskänlääkkeet*, *Kannabis*, *LSD* ja *Amfetamiini*. Verkkodokumentit on julkaistu vuosien 2013–2015 välillä. Tämän opinnäytetyön tekohetkellä toimituksessa on tuotantovaiheessa kolme julkaisematonta verkkodokumenttia työnimiltään *Sano se saameksi*, *Tuhoisan rakkauden kaava* ja *Olen jossain*.

Ensimmäinen koulupäivä (2013)

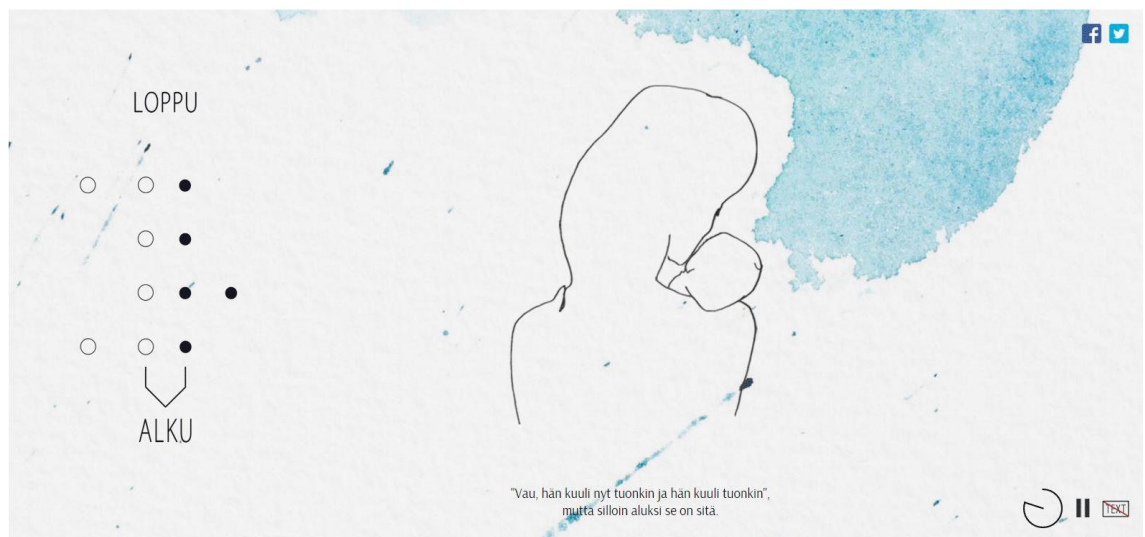
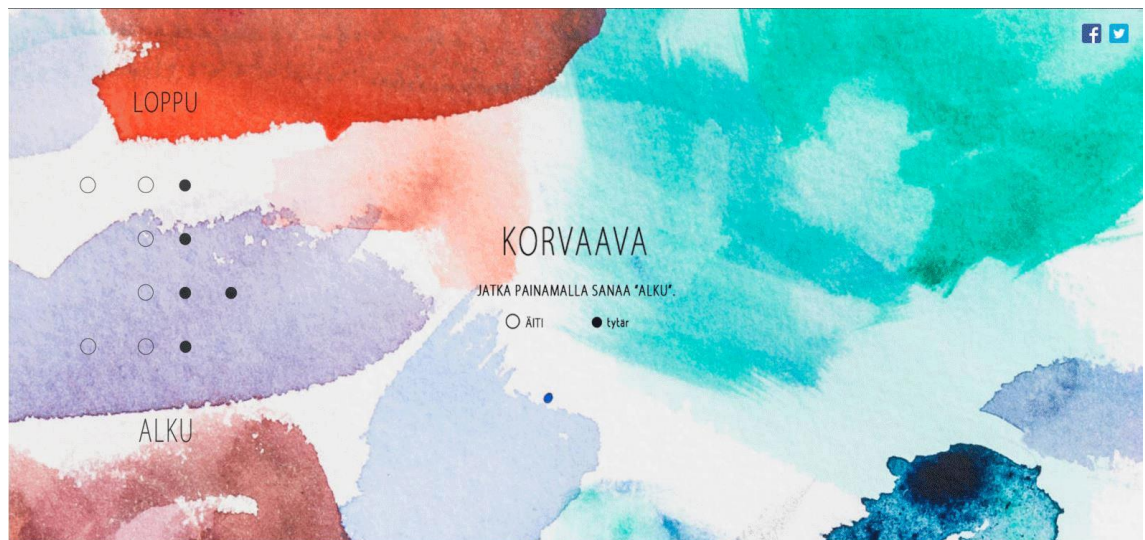
Ensimmäinen koulupäivä on Ylen dokumenttiryhmän ensimmäinen kokeellinen nettidokumentti, joka julkaistiin Ylen beta-sivustoon yhteistyössä Yle Uudet Palvelut -verkkotiimin kanssa. Dokumentti äänitettiin ja kuvattiin alun perin elokuussa 2010 Pohjois-Haagan ala-asteella ja se julkaistiin syksyllä 2013. Dokumentti kertoo stillkuvien ja audioraidan avulla ala-asteen opettajan ensimmäisestä opetuspäivästä. Audioraita toimii perinteisenä radiodokumenttina, mutta yhdessä kuvan kanssa syntyy jotain uutta. Kuvat liittyvät audioon, mutta niiden ei haluttu hallitsevan liikaa. Silti visuaalinen puoli ei ole vain yleiskuvitusta, vaan tarinan kanssa niistä nousee jokin muu pointti. Esimerkiksi miesopettaja puhuu värisevällä äänellä ja samaan aikaan kuvassa on tyhjä luokka. (Ensimmäinen koulupäivä -verkkosivu 2016; Karisto 2016.)

The screenshot shows a video player interface for the documentary 'Ensimmäinen koulupäivä'. The main video area displays a man in a checkered shirt standing in a classroom. To the right of the video, the title 'Ensimmäinen koulupäivä' is shown, followed by a short description: 'Uudet ekaluokkalaiset aloittivat koulunsa jälleen elokuussa. Millainen ensimmäinen koulupäivä on opettajalle?'. Below the description is a green 'Aloita' button with a play icon and a duration of '5:51 min'. Underneath the video player, there is a social media share button for Facebook that says 'Suosittele' and '93 henkilöä suosittelee tätä.'. Below this is a 'Kuvagalleria (62 kuvaa)' section with a horizontal scroll of four images: a washing machine, a hand turning a door handle, the man from the video, and a close-up of a textured surface. At the bottom left, there is a 'Kommentteja' section with a 'Uusi kommentti' button. At the bottom right, there is a quote section titled 'Ensimmäinen koulupäiväni' with the text: 'Muistatko miltä tuntui mennä ekalle luokalle? Mitä tapahtui, kun oma lapsesi aloitti koulun? Entä miltä tuntui kohdata uudet ekaluokkalaiset opettajana? Jaa kokemuksesi [opettaja.tv:n](#) sivuilla.' Below the text is a quote icon and the text: 'Ruuksi oli kalanmuotoisia kalapihvejä. Ne olivat

Kuva 7. Ensimmäinen koulupäivä -teos beta.yle.fi/ensimmainen_koulupaiva/

Korvaava (2013)

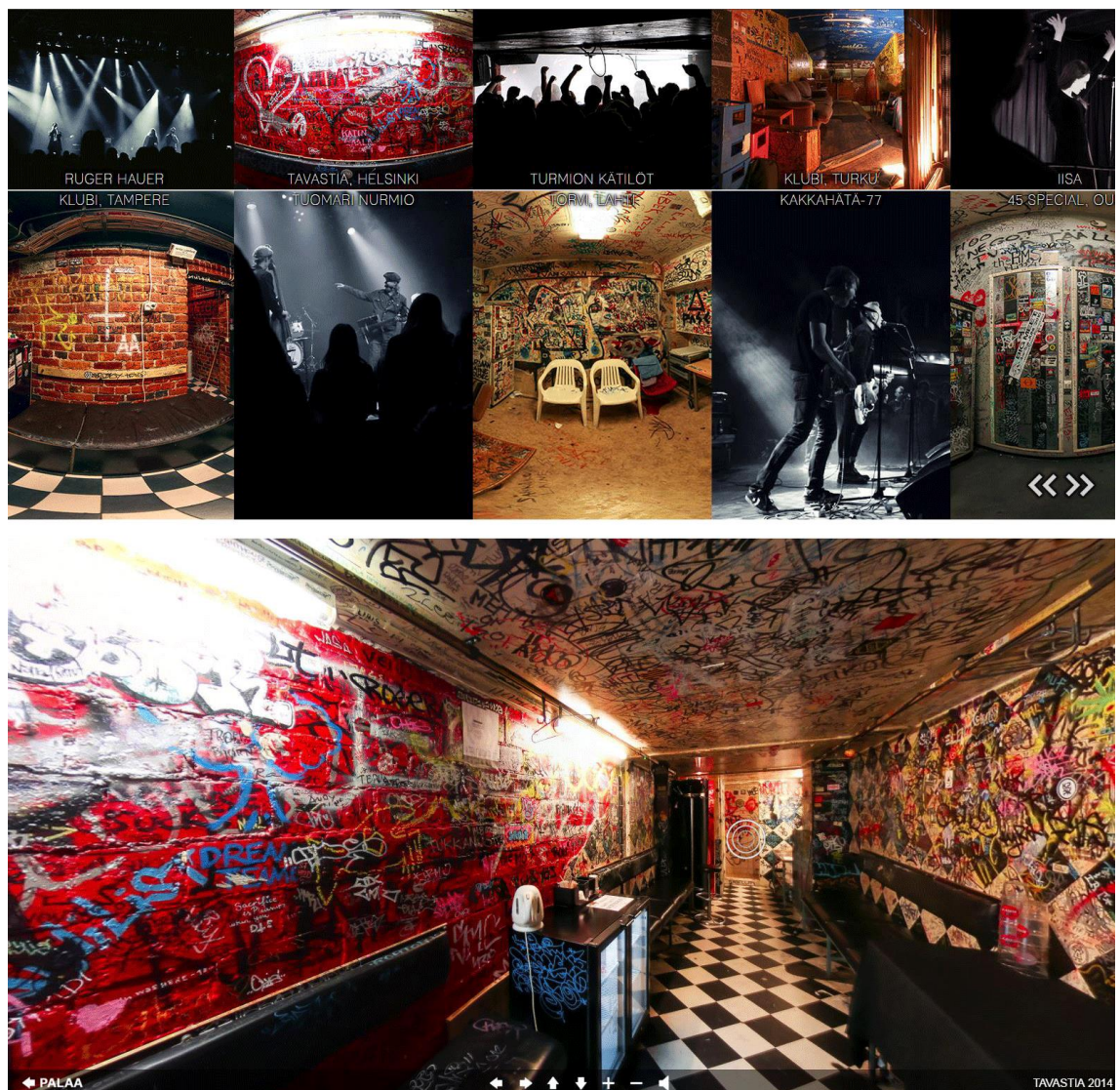
Interaktiivinen *Korvaava* on myös beta-sivustolle julkaistu verkkodokumentti. Teos on osa Katri Koivulan opinnäytetyötä. Se on 15-minuuttinen audiovisuaalinen kertomus työstä, joka syntyi kuurona, mutta elää nyt kuulevana korvaimplanttien avulla. Dokumenttia voi seurata sekä tytön että hänen äitinsä näkökulmasta ja katsoja saa valita, missä järjestyksessä tarina etenee. Interaktiivisuus haluttiin pitää rajoissa, joten teoksessa on myös lineaarista kerrontaa. Jotta teoksesta syntyy tarina, tekijä on määritellyt, mitä käyttäjän pitää ensin kuulla ennen kuin voi päästä seuraavaan vaiheeseen. (Karisto 2016.)



Kuva 8. Korvaava-teos beta.yle.fi/korvaava/

Bäkkärit (2014)

Bäkkärit esittelee kuuden suomalaisen klubin takahuoneet. Huoneista on rakennettu 360-asteisia panoraamakuvia, joissa katsoja saa liikkua ja tutkia seinätekstejä vapaasti. Lisäksi keikkailevat artistit jakavat kokemuksiaan erilaisista takahuoneista. Aloitussivulta pääsee valitsemaan haluamassaan järjestyksessä haastatteluja tai bäkkärikieroksia. *Bäkkärit* on Katri Koivulan suunnittelema ja toimittama. (*Bäkkärit*-verkkosivu 2016; Karisto 2016). Teos voitti KOURAn dokumentit-sarjan kunniamaininnan (Koura 2016).



Kuva 9. Bäkkärit-teos yle.fi/teos/bakkarit

Panchakarma (2015)

Panchakarma on Radion Dokumenttiryhmän tuottama monimediatuotanto, johon tehtiin ensin radiodokumentti vuonna 2013 ja myöhemmin samasta materiaalista verkkodokumentti vuonna 2015. Teoksen käsikirjoittaja-ohjaajat Katariina Kaila ja Kai Rantala kävivät läpi 28 päivää kestävä panchakarma-hoidon Ayurveda Yoga Villassa Keralassa, Intiassa. Dokumentin graafinen ulkoasu on taiteilijan tekemä. (Karisto 2016.) Äänitarina on jaettu useampaan osuuteen ja teos etenee scrollaamalla. Piirroukset kasvavat tarinan myötä. Oikean yläkulman ”tiedonpuun lehdistä” avautuu lisätietoa aiheen taustoista ja ympäriältä.



Kuva 10. Panchakarma-teos yle.fi/teos/panchakarma/

Huume-Suomen historia (2015)

Huume-Suomen historia on monimediatuotanto, joka koostuu tv-dokumenteista *Kemiallisia unelmia*, *Sotasisua pillereistä*, *Tajunnan kumous* ja *Kontrollin vastaisku* sekä verkkodokumenteista *LSD*, *Yskänlääkkeet*, *Amfetamiini* ja *Kannabis*. Koko sarjan verkkosivusto on <http://yle.fi/aihe/dokumentit/huume-suomi>.

Neliosainen dokumenttisarja kertoo, miten nykyään huumeina pidetyt aineet tulivat Suomeen. Verkossa käsitellään neljän eri huumausaineen historiaa. Dokumenttien haastateltavina ovat ihmiset, jotka ovat itse olleet tekemisissä huumaavien aineiden kanssa. Huume-käsite syntyi vasta 1960-luvulla. Tätä ennen kannabis, oopium, morfiiini, heroini, kokaiini ja amfetamiini olivat lähinnä lääkaineita, joita satunnaisesti viihdetai väärinkäytettiin. (Huume-Suomen historia 2016.)

Television ja verkon audiovisuaalinen ilme ja tyyli ovat yhteneväiset. Verkkodokumentit yhdistävät tekstiä, liikkuvaa kuvaa ja ääntä sekä korostavat käyttäjän mahdollisuutta valita, mitä haluaa katsoa. Teoksissa on otteita vanhoista lehtijutuista, historiallista asiakirjoista ja arkistomateriaaleista, joita voi halutessaan tarkastella lähemmin klikkaamalla, jolloin ne nousevat muun materiaalin päälle. Käyttäjä voi myös vain nopeasti selata sivuston läpi ja katsoa vaikka muutaman aikalaisen lääkemainoskuvan. Tekstipätkät on pidetty lyhyinä. Ylhäältä alas scrollattava teksti onkin elementti, joka sitoo kaiken muun materiaalin lopullisesti yhteen. Verkkoteosten videot käynnistyvät automaattisesti, kun niiden kohdalle scrollaa. Videoiden autoplay-toiminto eli automaattinen käynnistyminen luo yhtenäisyyttä elementtien välille. Välillä stillkuvien sijaan on käytetty liikkuvaa kuvaa tekstin taustalla. Nämä videot ovat muutaman sekunnin pituisia ja pyörivät luupilla. Ne ennemmin vievät haluttuun tunnelmaan, kuin itsessään antavat informaatiota kuten esimerkiksi teosten vanhat mainokset, asiakirjat tai pidemmät videohaastattelut. (Stenros 2016.)

Sarjan verkko-osuudelle ajateltiin nuorempaa kohderyhmää kuin televisiosarjalle, sillä aiheen uskottiin kiinnostavan myös nuoria, jotka eivät välttämättä katso itse tv-tuotetta (Vehkaoja 2016). Toisaalta ikä ei missään kohtaa määrittänyt sarjan tekoa (Stenros 2016).



Vuonna 1954 Helsingin Sanomat siteerasi kansainvälistä tiedelehteä: ”Valmiste, joka on – torajväekstraktia, vaikuttaa siten, että potilas kokee erittäin selvästi tapahtumia aikaisemmasta lapsuudestaan. Kerrotaan, että se tulee saamaan suuren merkityksen eräiden mielisairauksien diagnoosissa ja – käsittelyssä.”

Merkillinen lääkeaine tekee potilaan pikkulapseksi

London, 17. 6. (STT — Reuters) Ihmisiystävällinen valmiste, joka vaikuttaa siten, että fyysiskeänsä ihmiset suhtautuvat ympäröivään maailmaan kuin lapsi, on luonnosta saatavain tulokset kokeiltu erään brittiläisen mielisairaan potilaan, ilmoittaa Journal of Mental Science.

Kärsin käsi tuntui hänestä suurella kuin täysikasvuisen käsi — aivan kuin hän olisi ollut lapsi. Eräs nainen, joka oli saanut valmisteita — alle on sanottu nimeltä LSD 25 — tunsu 14 päivän ajan olevansa 8-vuotias. Hoito ympäröivät ihmiset tuntuivat hänestä paljon suuremmilta kuin kei-

Neljä vuotta myöhemmin Helsingin Sanomien toimittaja mainosti LSD:tä ”ihmelääkkeenä, joka mullistaa maailman”.


Ihmelääke, joka ”mullistaa maailman”
(Hels. San. kirjeenvaihtajalta)
* Tukholma, 13. 3.

Kuva 11. LSD-teos <http://yle.fi/teos/huumesuomi/lsd/>

Yskänlääkkeiden kuningas: heroini

1930-luvulla yskä levisi varsinaiseksi epidemiaksi: *Mycobacterium tuberculosis* -bakteerin aiheuttama tuberkuloosi tappoi jopa 10 000 suomalaista vuodessa. Tuberkuloosi oli Suomen suurimpia terveysongelmia 1950-luvulle asti.

Kun hätä on suurin, on apukin lähellä. Oopiumia ja siitä jalostettua morfiinia on käytetty yskä- ja flunssalääkkeenä. 1800-luvun lopulla saksalainen Bayerin lääketehdas toi markkinoille uuden tehokkaan särky- ja yskänlääkkeen: diasetyylimorfiinin eli heroinin. Lääke levisi nopeasti myös Suomeen.



Uusin tulokas: dekstrometorfaani

Vuonna 1958 Yhdysvaltain elintarvike- ja lääkeviraato **FDA** hyväksyi uuden yskänlääkkeen: dekstrometorfaanin. Dekstrometorfaani eli DXM hillitsee yskänärsytystä ja lievittää kipua.

DXM:stä toivottiin ratkaisua kodeiinien ongelmiin: sedatiiviseen eli huumaavaan vaikutukseen ja opiaattiriippuvuuteen. Mutta kuten niin usein ennenkin, tämäkin vaarattomana pidetty lääkeaine päätyi pian huumekäyttöön. 1960- ja 1970-luvuilla dekstrometorfaania myytiin ilman reseptiä *Romilar*-nimisinä tabletteina. Jo vuonna 1973 *Romilar* poistettiin hyllyistä laajan väärinkäytön vuoksi ja korvattiin yskänsiirapilla.



Kuva 12. Yskänlääke-teos <http://yle.fi/teos/huumesuomi/yskanlaakkeet/>

'METHEDRINE'
(d-N-Methyl-amphetamine hydrokloridi)

— ainutlaatuinen lääke —

*jota voidaan antaa ruiskeena tai tablettina,
ja jonka vaikutus riippuu siitä, miten sitä annetaan.*

Annetaan

tablettina, sen kautta,
"Methedrine" stimuloi voimakkaasti
aivoja ja parantaa muistomääriä.
Lisäksi se poistaa väsymyksen. Se
voi myöskin vähentää ruokahalua ja
ohikseen siinä ikäalhavuutta.

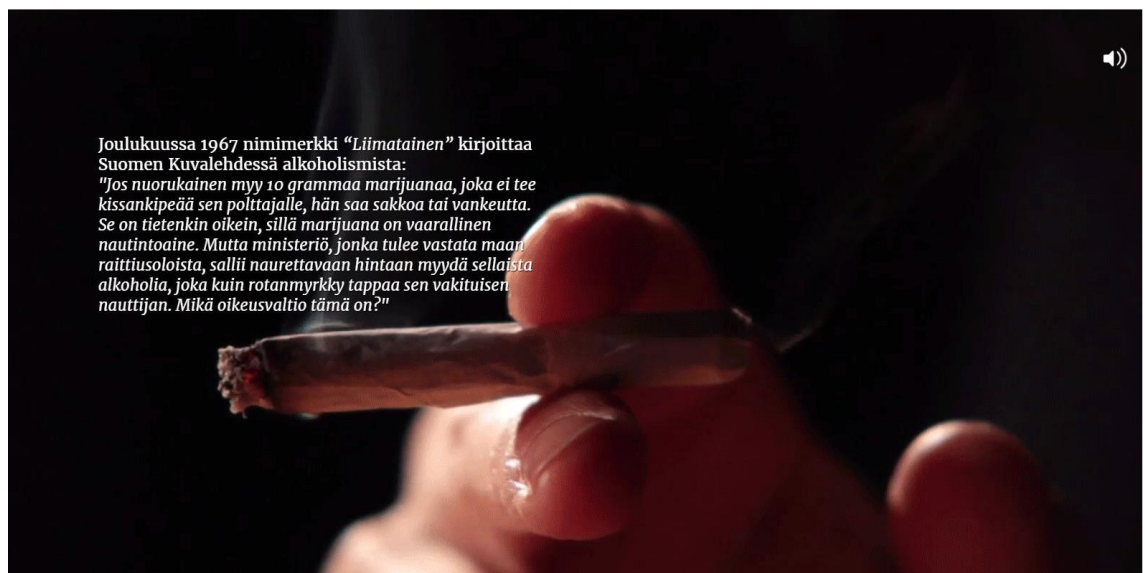
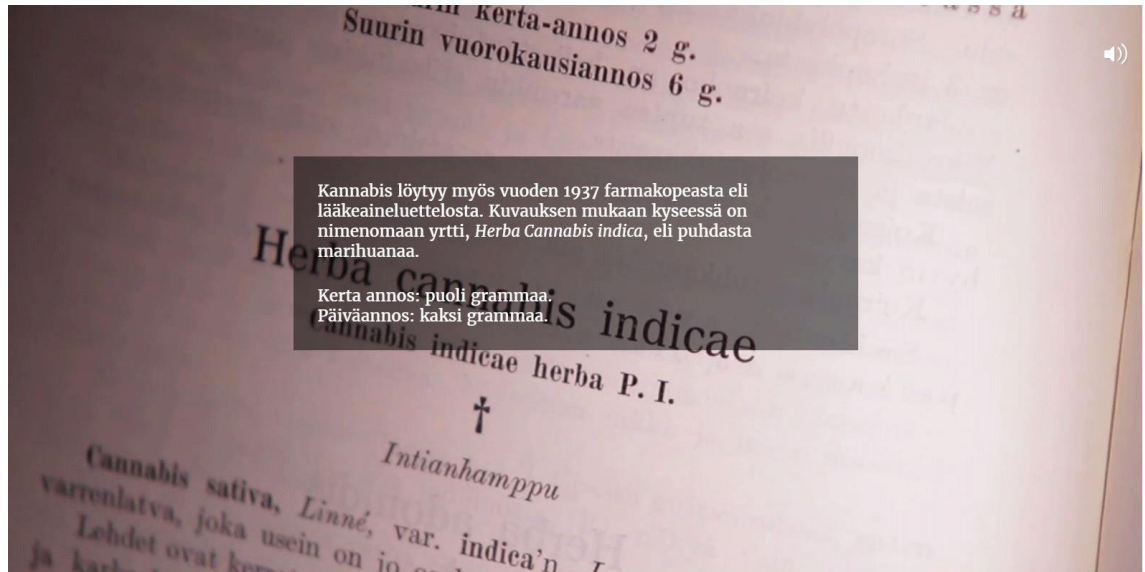
ruiskeena
se suostaa pelottaa ihmiskehon. Yksi
ainoa ruiske riittää tavallisesti palaut-
uttamaan häikäistyneen vaimokieron ja
alhaisen verenspässin normaalki-
vastaan tuntiin ajaksi ohikseen sitten
ohikseen ohikseen. Sitäpaitsi voi-
daan "Methedrine" käyttää tehok-
kaasti psykoosien ja neuroosien loi-
dossa.



 **BURROUGHS WELLCOME & CO, LONTOO**
(The Wellcome Foundation Ltd.)



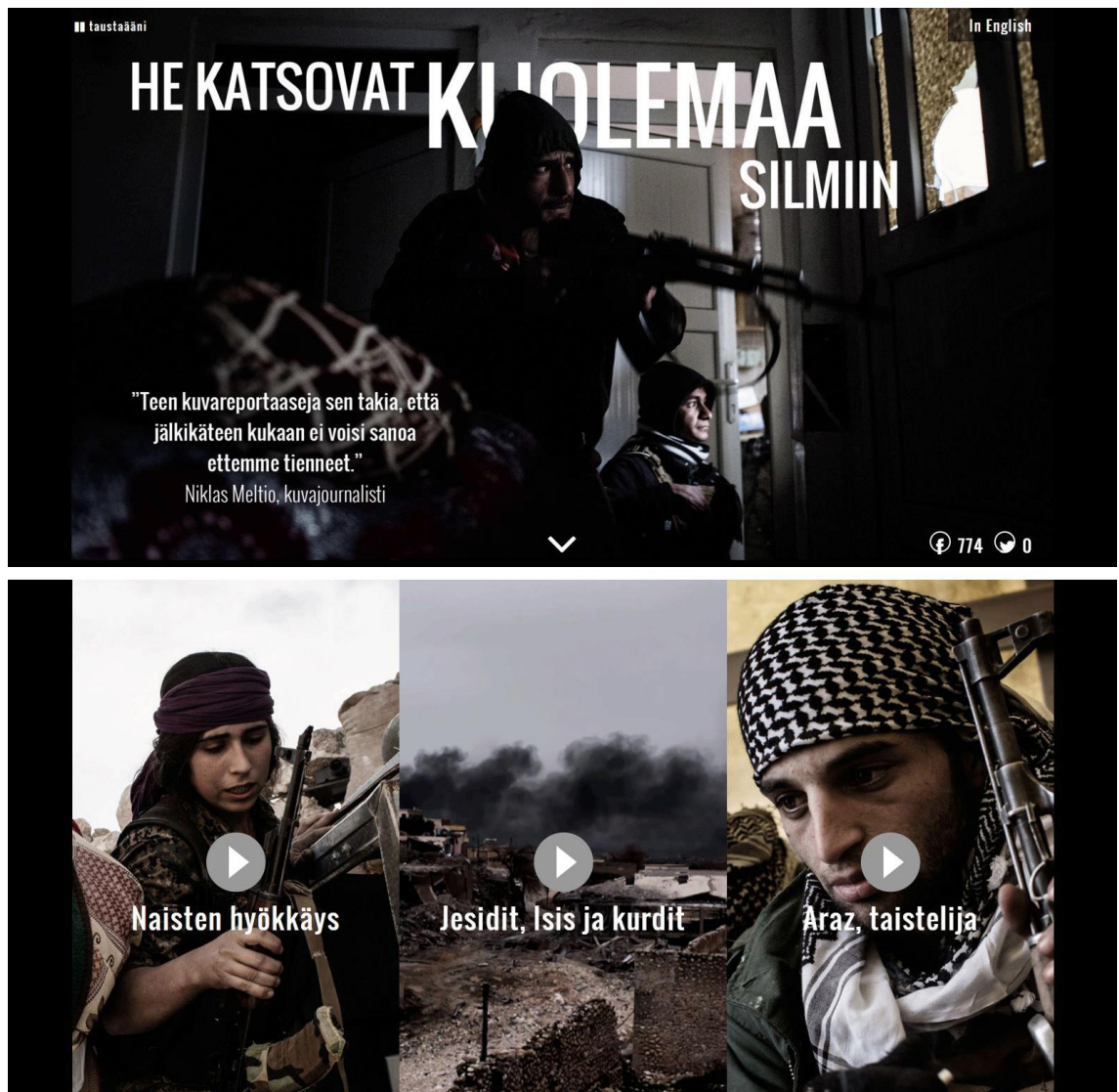
Kuva 13. Amfetamiini-teos <http://yle.fi/teos/huumesuomi/amfetamiini/>



Kuva 14. Kannabis-teos <http://yle.fi/teos/huumesuomi/kannabis/>

He katsovat kuolemaa silmiin (2015)

Kuvajournalisti Niklas Meltio vieraili Sinjarin kaupungissa Pohjois-Irakissa kaksi kertaa keväällä 2015. Meltio eli kurditaistelijoiden kanssa sodan etulinjassa, vain muutamien kymmenien metrien päässä Isisin asemista, ja tallensi sodan arkea video- ja valokuvakamerallaan. Kokemuksista syntyi Ulkolinjan televisiodokumentti *Päiväkirja pimeästä* ja *He katsovat kuolemaa silmiin* -verkkodokumentti. Dokumentit suunniteltiin alun perin monimediatautuotannoksi, mutta koodauksen haasteellisuuden vuoksi verkkodokumentti ei valmistunut televisiodokumentin julkaisuun mennessä. (Vehkaoja 2016.) Teos perustuu paljolti kuviin ja videoihin. Päätarinan sivupolkuina ovat yksityiskohdat taisteluista. Käyttäjä itse päättää, kuinka tarkasti perehtyy sodan eri tapahtumiin.



Kuva 15. He katsovat kuolemaa silmiin -teos yle.fi/aihe/he_katsovat_kuolemaa_silmiin

Sano se saameksi (2016)

Sano se saameksi on verkkodokumentti, jossa perehdytään Suomessa puhuttaviin saamen kieliin: pohjoissaameen, inarinsaameen ja koltansaameen. Katsoja pääsee tutustumaan kieliin, kielen puhujiin ja voi teoksen avulla opetella niistä yhtä. Osaksi dokumenttia toteutetaan interaktiivinen suomi–pohjoissaame-fraasisanakirja, jonka tekoon voi osallistua ehdottamalla fraaseja Twitterin, Facebookin tai sähköpostin kautta. Lopullinen teos julkaistaan kevään 2016 aikana. (Sano se saameksi -verkkosivu 2016, Karisto 2016.)



Kuva 16. Sano se saameksi -teos yle.fi/teos/sanosesaameksi/

Tuhoisan rakkauden kaava

Tuotantovaiheessa oleva *Tuhoisan rakkauden kaava* käsittelee parisuhdeväkivaltaa. Dokumentti on sekä vertaistukea että tietoa. Tarkoituksena on kerätä ihmisten omia kokemuksia ja näin osallistaa käyttäjiä. (Vehkaoja 2016.) Graafiselta ilmeeltään teos tulee olemaan hämähäkinseitti, josta voi klikata auki haastatteluja eri ihmisten parisuhteiden vaiheista. Vaihtoehtoisesti koko tarinan voi katsoa ja kuunnella kerralla. Kyseessä on monimediatuotanto, jonka päätuote on verkossa ja sivutuotteet televisiossa ja radiossa. (Karisto 2016.)

Olen jossain

Olen jossain on monimediatuotanto, joka kertoo alzheimerista ja toimittajan omasta suhteesta sairaaseen äitiinsä. Dokumentti on tyypiesimerkki siitä, kun toimittaja kerää itse paljon materiaalia. Teos tulee koostumaan liikkuvasta kuvasta, tekstistä ja grafiikasta. Käyttäjänä voi tutkia polkuja tai halutessaan jakaa omakohtaisen kokemuksen ja lisätä teokseen sisältöä. Myös tämän tuotannon päätuote tulee verkkoon ja radiodokumentilla on pienempi rooli. (Vehkaoja 2016; Karisto 2016.)

5 VERKKODOKUMENTIN TEKNINEN TOTEUTUS YLELLÄ

5.1 Laitekannan monipuolistuminen tuonut haasteita

Teknisesti isoimmat haasteet liittyvät verkkodokumenttien löydettävyyteen ja mobiilikäytön murrokseen. Ensimmäisessä alaluvussa käsittelen laitekannan monipuolistumista ja sen vaikutusta verkkosisältöjen tuotantoon. Toisessa ja kolmannessa luvussa tarkastelen tuotteiden löydettävyyttä, joka liittyy suurimmalta osin siihen, tuotetaanko juttu Ylen Luovien Sisältöjen julkaisualustaan vai koodataanko se järjestelmän ulkopuolelle.

Käytettävyys on verkkodokumentin ja kaiken muunkin nettisisällön elinehto, sillä käyttäjä turhautuu nopeasti, jos sivusto ei toimi omassa laitteessa. Yksinkertaisuus ja toimivuus luovat miellyttävän kokemuksen, jolloin sisältö jaetaan helpommin eteenpäin (Kekäläinen 2016). Teknisen tuottajan Mikael Skogin (2016) mielestä mobiilikäytön yleistyminen ja laitekannan monipuolistuminen on tehnyt dokumenttien teosta haasteellisempää. Samaa mieltä on verkko- ja mobiilikehityksen päällikkö Aki Kekäläinen (2016) uutis- ja ajankohtaissisällöistä puhuttaessa. Suurimmat tekniset ongelmat nousevat esiin, kun mietitään, kuinka verkkoteos saadaan toimimaan ja näyttämään hyvältä erilaisissa selaimissa ja laitteissa. Sivustot näyttävät erikokoisilla laitteilla erilaisilta. Osa sisällöistä ei välttämättä edes avaudu puhelimissa. Esimerkiksi mobiililaitteessa on vähemmän tilaa tietokoneen nettiselaimen verrattuna, jolloin pysty- ja vaakakuvat skaalautuvat kumpiinkin erilailla. Autoplay eli automaattinen videontoisto ei välttämättä toimi samalla tavalla kaikilla selaimilla, ja on suuri ero tehdäänkö tuotetta iOS- vai Android-laitteelle. Skogin mielestä broadcast-tuote on verkkotuotetta helpompi toteuttaa, koska dokumentintekijä tietää tarkalleen millaisena yleisö näkee ja kuulee valmiin ohjelman. Tavallaan broadcastlähetykseen tuotetaan vain yksi tuote, kun verkkoon taas on luotava useita versioita samasta dokumentista. Lisäksi Skogin mukaan nettiselaimelle tehdessä lopputulokseen on mahdollista vaikuttaa enemmän kuin mobiilille toteutettaessa. Kuitenkin mobiilikäytön yleistyessä tuotteita ei voida enää tehdä vain tietokoneen internetselaimelle sopivaksi, sillä muutoin menetettäisiin puolet potentiaalisista kävijöistä. (Skog 2016.) Lisäksi, koska Ylen pitää palvella kaikki suomalaisia, tuotteet eivät voi näkyä vain tiettyjen puhelinmallien omistajille (likkanen 2016).

Aki Kekäläinen kertoo, että Uutis- ja ajankohtaistoiminnan verkkokehitystiimin aloittaessa työ oli helpompaa, kun jutut suunniteltiin vain tietokoneen selaimelle. Mobiililaitteiden tulo nosti teknistä vaatimustasoa. Nytemmin applikaatiot ovat tulleet yhä tärkeämmiksi, mikä tarkoittaa, etteivät käsityönä tehdyt verkkospesiaalit vielä toimi esimerkiksi Ylen Uutisvahti-sovelluksessa. Spesiaalit toki haluttaisiin toimimaan sovelluksessa, mutta Kekäläinen arvioi räätälöityjen juttujen näyttämisen sovelluksissa olevan vielä liian työlästä. Mitä laajemmalle laite- ja sovelluskirjolle tuotteita tehdään, sitä vaikeammaksi työ muuttuu. (Kekäläinen 2016.)

Kun katsoo palkittuja verkkodokumentteja, niin nehan on melkein kaikki desktop only -kokemuksia, mitä nyt maailmalla on nähnyt. [– –] Yhä enemmän alkaa olla pari kolme vuotta vanhoja, koska ne on tehty desktopille. [– –] On kiinnostavaa nähdä korvaantuvatko verkkodokumentit mobiiliapplikaatiolla tai vastaavalla. Ne on helpompi rakentaa, koska silloin rakennat täysin mobiiliin ehdoilla. Et rakenna sekä selaimelle että mobiilille, vaan tehtäisiin pelkästään mobiilissa toimivaksi. (Skog 2016.)

Mobiiliapplikaatiot todella ovat yksi tärkeä kehityssuunta. Flurryn Yhdysvalloissa vuonna 2014 tekemä tutkimus osoittaa, että sovelluksiin kulutetaan 87 prosenttia mobiililaitteella käytetystä ajasta, kun taas verkkoa selataan vain 14 prosenttia käytetystä ajasta (Khalif 2014).

Tanja Iikkasen (2016) mielestä myös Adoben Flash -tekniikan käytön katoaminen on vaikuttanut verkkoteosten tuotantoon. Kun Applen Steve Jobs toi vuonna 2007 ensimmäiset iPhone-tuotteet markkinoille, hän ei halunnut flashia alustoilleen toimivaksi. Tämän seurauksena tekniikka alkoi hävitä muiltakin valmistajilta. Aikanaan sekä Helsingin Sanomien että Yle Uutisten webortaaosit toteutettiin juuri flash-tekniikalla. Tänä päivänä Ylen verkkodokumentit koodataan HTML5 tai JavaScript -ohjelmointikielillä, jotka vaativat laajempaa koodariosaamista. (Iikkanen 2016; The Telegraph 2016.)

Flash mahdollisti dokumenttien tekemisen. Dokumenttien kulta-aikaa ainakin englanninkielisessä maailmassa oli nimenomaan flash-aika. Kun flash otti ja lopui, mikään selain ei oikein enää tukenut sitä, varsinkaan mobiilikäyttö. Ei ole tullut kunnon korvaajaa, joka olisi levinnyt yhtä laajalle kuin flash. Sitä pystyivät opettelemaan sellaisetkin, jotka eivät osanneet koodata. Siinä varmasti tapahtui maailmanlaajuisesti notkahdus verkkodokumenttien julkaisemisessa. (Iikkanen 2016.)

Webortaaaseja Ylelle tehnyt Jarkko Ryynänen (2016) sanoo, että Flashin katoaminen vaikutti dokumenttien tuotantoon, mutta hänestä se oli myös hyvä asia.

Ainakin muurahaisjuttu [muurahaisten elämää ja muurahaispesää käsittelevä webortaaasi] tehtiin flashilla. Teknologiana se eli muutenkin kuuminta kauttaan tuohon aikaan, kun ekoja webortaaaseja tehtiin. Flashin käytön lopettaminen on

mielestäni parantanut juttuja. Ne ovat paljon paremmin saavutettavia nykyään ja flashin mukanaan tuoma sekavuuskin on jäänyt nykyään vähemmälle. (Ryynänen 2016.)

5.2 Fyndin feature-pohjan artikkelit ja erikseen koodatut verkkodokumentit

Dokumenteille halutaan mahdollisimman pitkä häntä eli selauksia ja käyttäjiä myös julkaisun jälkeen. Perinteisesti pitkän hännän jutut ovat sellaisia, joihin päädytään hakukoneiden kautta jonkin tarpeen perässä (Ilikkanen 2016). Erikseen koodatut verkkodokumentit voivat jäädä tähdenlennoiksi, kun niitä ei ole upotettu Ylen Luovien Sisältöjen julkaisujärjestelmään, jolle on pitkään rakennettu näkyvyyttä. Niitä ei löydetä yhtä helposti julkaisun jälkeen, jolloin iso työ voi mennä hukkaan. Julkaisujärjestelmän ulkopuoliset tuotteet vaativat suuremman markkinointikoneiston taakseen. (Snell, henkilökohtainen tiedonanto 15.4.2016.)

Ylen Luovat sisällöt ja Yle Svenska käyttävät Fynd-nimistä Drupal-pohjaista julkaisujärjestelmää, johon kaikki nettiartikkelit ja -sivut tehdään. Fynd-julkaisujärjestelmää päivitetään kahden viikon välein ja kaiken halutaan toimivan myös mobiilissa. (Ilikkanen 2016; Skog 2016.) Drupal on selainpohjainen sisällönhallintajärjestelmä (CMS), jonka avulla luodaan, hallitaan ja julkaistaan sisältöä verkkosivuille ilman suurempaa teknistä osaamista verkkosivujen toteuttamisesta. Drupal soveltuu sekä pieniin että laajoihin verkkototeutuksiin ja se sopii sivustoille, joita kehitetään ja laajennetaan jatkuvasti. Ylen lisäksi järjestelmää käyttävät muun muassa Sanoma, Helsingin yliopisto, Itella ja Suomi24. (Drupal-verkkosivu 2016.) Drupal (Drupal 4.4) otettiin alun perin käyttöön vuonna 2004, jolloin ensimmäiset sivut olivat lasten *Tuu Juttuun* ja nuorten *Farmi*. Luovien Sisältöjen ja nykyisen Fyndin ensimmäistä sisältöä on ollut *Kuningaskuluttaja*-ohjelman sivusto, joka avattiin 27.3.2013. Tällä hetkellä Ylen koko ruotsinkielinen verkkopalvelu svenska.yle.fi on tehty Drupalilla. (Skog 2016.) Suomenkielisiä Drupaliin tehtyjä Fynd-sivustoja on tällä hetkellä 109 kappaletta, joista suurin osa on broadcast-ohjelmien sivuja kuten *Docventures*, *Marja Hintikka Live*, *MOT* ja *Puoli Seitsemän* tai toimitusten laajempia aihekokonaisuuksia kokoavia sivustoja kuten historia, dokumentit, luonto, kulttuuri ja musiikki. Lista sivustoista löytyy aihesivujen osoitteesta <http://yle.fi/aihe/aihesivut>. (Aihesivut-verkkosivu 2016.) Ylen dokumenttitoimituksen verkkosivut aukesivat vuonna 2014, jolloin koko toimitus sitoutui tuottamaan myös verkkosisältöä (Vehkaoja 2016).

Vuoden 2015 syksyllä Fyndiin luotiin feature-pohja, kun perinteisen tekstiin ja kuvaan perustuvan verkkoartikkelin rinnalle haluttiin monipuolisempia mahdollisuuksia. Pohjan avulla voidaan toteuttaa nopeammin ja pienemmällä resursseilla laajennettu, visuaalisempi ja syvemmälle pureutuva juttu eli verkkofeature tai feature-artikkeli. Toimittaja itse pystyy toteuttamaan sivun, joten mukaan ei tarvita koodaria. (Ilikkanen 2016.) Tähän mennessä feature-pohjaa on käytetty noin 50 artikkeliin Luovissa sisällöissä, Svenska Ylessä ja markkinoinnissa. (Skog 2016).

Se ei ole teosmainen, vaan monipuolinen verkkoartikkeli, jossa hyödynnetään enemmän verkon keinoja. Kuvat voivat olla isoja, pieniä. Se skaalautuu nätisti mobiilille. Voi laittaa taustavideon alkuun pyörimään, jos tuntuu, että se johdattaa tunnelmaan, johon halutaan johdattaa. (Ilikkanen 2016.)

Aivan aluksi feature-pohjan muotoon otettiin mallia Yle Musiikin tuottamasta *Käsittämättömyttä meteliä - Silverin jäljillä* -teoksesta (<http://yle.fi/teos/thesilver/>). Nyt feature-pohjalla pystyy tuottamaan tämän tyyliä teoksia, ilman erikseen ostettua koodausta ja täten pienemmällä budjetilla. Myös Uutis- ja ajankohtaistoiminnassa on käytössään valmiita erikoisartikkelipohjia, joihin voi tehdä visuaalisempia feature-artikkeleita. Uutisten feature-jutuissa on harvoin interaktiivisuutta. Plus-deskin käsinrakennetuissa jutuissa taas useimmiten on joitain interaktiivisia elementtejä. (Kekäläinen 2016.) Mikael Skog (2016) kertoo, että alun perin ajatus oli päästä toteuttamaan Fyndin feature-pohjan avulla juuri verkkodokumentteja, mutta tällaisen yhtenäisen työkalun luominen osoittautui vaikeaksi. Tällä hetkellä feature-pohjan artikkeleissa ei ole verkkodokumentille ominaista vuorovaikutteisuutta, sillä interaktiivisiin, pellillisiin ja erilaisten tarinoiden ympärille luotaviin teoksiin ei ole vain yhtä struktuuria. Jälleen myös painotetaan, että verkkodokumentti rakennetaan tarinansa mukaan.

Miten koodaat sellaista interaktiivisuutta, joka toimisi kaikkien genrejen artikkeleilla? Erikseen koodatuissa on lähdetty liikkeelle siitä, että tehdään teokseen ja siihen malliin sopivaa tarinankerrontaa. Alusta asti on tehty sen tarinan ehdoilla. Tässä [feature-pohjassa] sopeutetaan tarina niihin mahdollisuuksiin, joita toi työkalu antaa. Ja suuri osa noista isoista verkkodokumenteista, niihin on tehty ihan kuukausikaupalla töitä. Tässä toimittaja ehkä pari päivää tekee artikkeleita maksimissaan. (Skog 2016.)

Dokumenttitoimitus ei ole vielä käyttänyt Fyndin feature-pohjaa. *Panchakarman* tekijöiden *Sivupolkuja Kaliforniassa* (2015) (<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/11/19/sivupolkuja-kaliforniassa>) on feature-pohjan ensimmäisiä kokeiluja. Hannu Kariston (2016) mielestä verkkokokonaisuus on enemmän artikkelimainen. Hänestä se ei ole yhtä teosluonteinen tai moniulotteinen kuin esimerkiksi toimituksen tuottamat *Korvaava* tai *Bäkkärit*. Ajatuksena on kuitenkin hyödyntää feature-pohjaa jatkossa myös dokumenttitoimituk-

sessä, kun tarvetta tulee kevyemmille verkkotuotteille, joista kuitenkin halutaan näyttäviä ja tarinallisia. Laura Vehkaoja (2016) sanoo, että kuusiosaiseen *Katoava Pohjola* -televisiosarjaan suunniteltu verkko-osuus sopisi hyvin alustalle muun muassa budjetinsa ja muotonsa vuoksi. *Katoava Pohjola* kertoo pohjoisen luonnon ja paikallisten ihmisen välisestä suhteesta. Lisäksi televisiosarjan viikoittaista teemaa pohditaan kuudessa radiolähetyksessä. Sarjan materiaaleista toteutetaan pääasiassa luontokuvaan perustuva verkkofeature, joka tulee olemaan dokumenttitoimituksen ensimmäinen. Sarjaa ei alun perin ole budjetoitu monimediaiseksi, joten Vehkaojan mielestä ei ole järkevää jälkikäteen pistää pystyyn kuutta isoa koodaustyötä, vaan kannattaa käyttää jotain olemassa olevaa pohjaa.

Useimpien tuottajien mielestä erikseen koodatut ja featurepohjan teokset ovat kaksi eri kehityspolkua. Ne eivät silti sulje toisiaan pois, vaan antavat enemmän mahdollisuuksia.

On tärkeää, kun meillä ei ole niitä koodaajia joka toimituksessa, että pyritään luomaan sellainen pohja, jossa ilman valtavaa rahallista tai henkilöstöressurssipainosta pystytään luomaan verkkoon uudenlaisia sisältöjä. Tavallaan rinnan kulkee kaksi kehitystä. Featurepohja on fynd-artikkelin kehitysvaiheita ja nostaa sen seuraavalle tasolle. Joukkoistetut, pelilliset, erikseen koodatut kulkee taas omaa kehityspolkuaan. *Rakkauden kaava* ja *Olen jossain* eivät pysty hyödyntämään feature-pohjaa. Me kutsutaan niitä kumpiakin tällä hetkellä verkkodokumenteiksi, mutta niiden käyttäjäkokemus on ihan erilainen. Toinen on scrolli, jossa voit valita ja skipata, mutta menet ylhäältä alas eteenpäin. Koodatut pyrkii olemaan pelillisempiä. En halua luopua erikseen koodatuista, jotta siirryttäisiin vain feature-pohjaan. Uskon, että juuri pelillisyydessä ja joukkoistamisessa on se jokin siemen verkon ominaisuudesta, jota me ei kyetä featurella hyödyntämään. (Vehkaoja 2016.)

5.3 Verkkoteosten löydettävyys

Fyndin artikkeleiden ja erikseen koodattujen teosten löydettävyys on erilainen. Yle Asian verkkopalvelut keräävät keskimäärin noin 40 000–70 000 selainta viikossa, kun taas verkkodokumenttikokeilut ovat keränneet noin 5000 selainta viikossa, minkä jälkeen ne ovat saattaneet unohtua. Feature-pohja on osa isompaa palvelua, jolle on pitkään rakennettu näkyvyyttä hakukonejärjestelmissä. Tämä tarkoittaa, että julkaisujärjestelmän piirissä oleva artikkeli löytyy helpommin Googlesta. Koska verkkodokumenttien koodaus on ostettu talon ulkopuolelta, nämä erikseen koodatut teokset eivät kuulu Ylen sisäiseen järjestelmään, eikä niitä ole helppo lisätä siihen jälkikäteen. Järjestelmän ulkopuolisten teosten pitää rakentaa oma yleisönsä ja löydettävyytensä alusta asti, koska sivuilla ei ole samanlaista historiaa. (Ilikkanen 2016; Skog 2016; Vehkaoja 2016.)

Se [He katsovat kuolemaa silmiin] on hyvä esimerkki siitä, miten tosi hieno ja laadukas tuote saattaa jäädä ihan kokonaan johonkin unholaan, koska sitä ei nimetä hyvin, sitä ei löydy yhtään mistään, ja sitä ei kyetty julkaisemaan emotuotteen kanssa yhtäaikaisesti. Tullaankin siihen haasteeseen, että verkko on äärimmäisen leveä ja syvä sammio. Kun lähetät oman tuotteesi sinne, miten käyttäjä löytää sen? Se on iso haaste verkkodokumenttien suhteen. (Vehkaoja 2016.)

Useat tuottajat nostavat verkkodokumenttien levitysstrategian tärkeyden esiin, sillä ilman levitystä teos on vain yksittäinen sivu. Sivut pitäisi erityisesti markkinoida jonkun muun väylän, kuten Facebookin, kautta. (Ilikkanen 2016; Vehkaoja 2016; Jormanainen 2016.) Kannattaa miettiä jo alusta asti, millainen ydinyhteisö dokumentilla on. Kenelle tarinaa ollaan eritoten kertomassa? Sopsisiko näkökulma tai aihe kenties Yle Urheilun, Yle Puheen tai Maria Hintikka Liven sosiaalisen median kanaviin? (Jormanainen 2016.) Ylen sisällä tulisi sopia kampanjoita sellaisten tahojen kanssa, joilla on jo valmiiksi toimiva levitys sosiaalisen median kanavissaan. Levitystä voi myös helpottaa, jos verkkotuote sidotaan broadcastohjelmaan. (Ilikkanen 2016; Vehkaoja 2016.)

Vaikka olisi ollut meidän yle.fi/dokumentit -sivulla hienosti, isosti esillä, ja vaikka oli yle.fi/etusivulla, niin ne ovat kuitenkin ohikiitäviä hetkiä. Kuka nyt aktiivisesti käy katsomassa yle.fi/dokumentit-sivustoa? Se on meidän näyteikkuna, johon me keräämme niitä, mutta se ei ole etusivu, jonne ihmiset tulevat katsomaan niitä. He saavat viestin somesta, jostain muualta, ja sitten päätyvät sinne sivustolle sen yksittäisen viestin, linkin kautta. (Vehkaoja 2016.)

6 BROADCAST- JA VERKKODOKUMENTTIEN SUHDE MONIMEDIATUOTANNOSSA

6.1 Ideasta tuotannoksi

Ennen kuin ohjelma esitetään televisiossa tai julkaistaan netissä, projekti käy läpi useita vaiheita, joiden kautta ohjelma- tai verkkoidea muotoutuu tuotannoksi. Budjetointi on tärkeä osa ohjelmatuotantoa, sillä se määrittelee, mitä tuotannossa voidaan toteuttaa ja kuinka resurssit jaetaan.

Tanja Ilikanen (2016) selittää prosessin kulun ennen Yle Asian tuotannon käynnistämistä. Ensin on oltava tarkkaan mietitty idea, joka esitellään. Ideaa jatkokehitetään ja siitä voidaan tehdä demo eli esittelyversio. Demoa pilotoidaan eli testataan kohderyhmällä, jolloin selvitetään, pitääkö joitain muutoksia tehdä. Muutosten jälkeen demo pitchataan Yle Asian osastopäällikölle Ilkka Lehtiselle, ja jos hän kiinnostuu, vastaava tuottaja laskee kyseiselle projektille budjetin. Kun kyseessä on dokumentti-idea, vastaava tuottaja Laura Vehkaoja laskee tuotantosuunnittelijan kanssa dokumentin vaatimat kuvaus- ja leikkauspäivät. Verkkotuotteen budjetoinnissa huomioidaan myös konseptisuunnittelijan ja koodarin tarve. Tämän jälkeen Yle Julkaisut -yksikön kanssa mietitään, mikä ohjelman kohderyhmä on eli millä kanavalla ja mihin aikaan ohjelma näytetään. Verkkotuotannon kohdalla asetetaan muun muassa kävijämäärätavoitteet. Lisäksi käydään läpi, onko verkkotuote täysin itsenäinen, puffia broadcastille vai ovatko monimediatuotannon osaset samanarvoisia. Projekti menee takaisin Ilkka Lehtiselle, joka arvioi budjetoinnin ja budjetista käydään mahdollisesti keskustelua. Samalla pohditaan, onko monimediatuotannon broadcastin ja verkon suhde toimiva – pitäisikö verkkoa painottaa enemmän tai vähemmän juuri kyseisen tuotannon kohdalla. Verkkotuotteiden tarkempia suunnitelmia, kuten sosiaalisen median strategiaa, pyöritellään myös Tanja Ilikasen kanssa. Kaiken tämän jälkeen tuotanto pääsee käyntiin.

Luovien sisältöjen tekijöille on myös tarjolla ideaklinikka, jossa raakileideaansa pääsee jalostamaan ennen virallista pitchausta. Ihmiset voivat tulla matalan kynnyksen avoimeen päivään ja kertoa parissa minuutissa ideansa. Jos se kiinnostaa, valikoidaan noin kymmenen tuottajan porukasta sparraaja, joka auttaa pyörittelemään ideaa. Ideaklinikkaan kuuluva tuottaja Nina Stenros (2016) kertoo, että tuolloin ideaa pystytään kokeilemaan ilman virallista statusta tilaussysteemissä. Ideaklinikan kautta tuotan-

toon edenneiden joukossa ovat myös verkkodokumentit *The Silverin jäljillä* ja *Huume-Suomen historia* sekä *Katoava Pohjola* -sarja, johon tehdään verkkofeature.

6.2 Monimediatuotannon pää- ja sivutuotteet

Ylen monimediatuotannossa samasta aiheesta voidaan tehdä materiaalia televisioon, radioon ja verkkoon. Näillä monimediatuotannoilla voi olla niin kutsuttuja pää- ja sivutuotteita. Päätuote on tuotannon osa, jolle on budjetoitu enemmän rahaa ja jota ensisijaisesti lähdetään tuottamaan. Sivutuote taas tukee päätuotetta. Tuotteet ovat toisiinsa yhteydessä, mutta ne ovat silti itsenäisiä kokonaisuuksiaan. Verkkosisällön tulee olla ymmärrettävissä, vaikka televisio-ohjelmaa ei olisi nähnytkään. (Vehkaoja 2016.)

Huume-Suomen historia -sarja budjetoitiin monimediaisiksi, joten siihen suunniteltiin sekä televisio- että verkko-osuudet jo ensimmäisestä idean esittelystä lähtien. Tähän mennessä julkaistuista verkkodokumenttituotannoista se on ainut, joka on budjetoitu monimediatuotannoksi niin sanottua oikeaa ja virallista reittiä pitkin. Sarjan selkeät päätuotteet ovat broadcastissä ja sivutuotteet verkossa. *Huume-Suomen historian* broadcast ja netti viittaavat ja täydentävät toisiaan. Televisiosarja voi toimia kimmokkeena nettisisällön tutkimiselle ja toisinpäin. Tuotteet esitellään verkkosivuilla samanarvoisina. Sosiaalisen median markkinoinnissa niitä kuljetettiin rinnakkain kokonaisuutena. (Likkanen 2016; Vehkaoja 2016; Stenros 2016.)

Tähän mennessä verkkoideat ovat useimmiten kehittyneet vasta, kun broadcast-ohjelma on jo pitchattu ja budjetoitu. Pääasiassa myös dokumenttitoimituksen verkkodokumenttikokeilut ovat siis *Huume-Suomea* lukuun ottamatta tulleet sivusta ja tilaamatta. *He Katsovat kuolemaa silmiin* ja *Päiväkirja pimeästä* -tuotantoja ei voi kutsua monimediatuotannoksi. Itsessään tilaus oli televisiotilaus, mutta kylkeen haluttiin tehdä kokeiludokumentti. Verkko ei kuitenkaan valmistunut televisiosarjan julkaisuun mennessä, joten tuotteet ja niiden julkaisut olivat erilliset. Kun verkkodokumentti julkaistiin myöhemmin, menetettiin yhteisjulkaisun markkinahyöty ja sivutuote piti markkinoida ilman sen päätuotetta. Lähetyksessä ei mainittu verkosta mitään. Jatkossa tavoitteena on, että myös verkkodokumenttituotannot tulevat pitchauksen kautta ja tuotteet suunniteltaisiin alusta asti yhteen. Kuitenkin, jotta verkkokokeiluja varmasti tehtäisiin, Hannu Kariston Radion Dokumenttiryhmän kautta on tuotettu verkkodokumentteja ikään kuin radion laajenuksena verkkoon. Karisto saa usein opiskelijoilta ja freelancereilta ehdo-

tuksia, joista sopivimpia voidaan viedä eteenpäin monimediaisina. (likkanen 2016; Vehkaoja 2016.)

Vaikka monimediatuotannoissa verkko on vielä pysynyt televisiota ja radiota pienemässä asemassa, muutos näkyy jo. Asetelma on kääntymässä päittäin, kun *Tuhoisan rakkauden kaava* ja *Olen jossain* -tuotantojen päätuotteet tehdäänkin verkkoon ja sivutuotteet broadcastiin. Ne ovat Ylen ensimmäiset isomman budjetin monimediatuotannot, joiden osana on verkkodokumentti. Niiden budjetit ovat silti toistaiseksi paljon pienempiä kuin mitä televisio-ohjelmatuotantojen. (Vehkaoja 2016; Karisto 2016.)

Verkkodokumentteja aiotaan tehdä jatkossa, mutta tahti luultavasti pysyy samana kuin tähänkin mennessä, sillä televisiokanavat syövät vielä resurssit, eikä näköpiirissä ole uusia rekrytointeja (likkanen 2016). Jos verkkoa tehdään enemmän, resurssit ovat väistämättä broadcastin tekemisestä pois, mikä tarkoittaisi aina yhtä televisio-ohjelmaa vähemmän. Vehkaoja näkee luonnollisimpana, että verkkodokumentit pysyvät vielä monimediatuotantojen osana. Verkko-osuus on yksinkertaisinta liittää broadcastin päätuotteeseen, jolle on osoitettu budjetti. Esimerkiksi *Huume-Suomen historian* samoissa kuvauksissa taltioitiin sekä broadcastin että verkon haastattelumateriaalit. Jatkossa ideaalitalanne olisikin, että jo televisio-ohjelmaa kuvatessa tiedettäisiin, mitä verkkoon tehdään, jolloin kumpaankin välineeseen tuotettaisiin materiaalia samoilla kuvausmatkoilla. Tuotannot tulisi budjetoida monimediatuotannoiksi, jolloin kuvausaikatauluihin varattaisiin aikaa myös verkkomateriaalien tekoon. Jos tuotantoa ei alusta saakka ole budjetoitu monimediaiseksi, on siihen jälkikäteen hyvin hankala suunnitella verkko-osuutta. (likkanen 2016; Vehkaoja 2016.)

Se tarkoittaa, että ohjelmabudjettien pitäisi olla suurempia, mutta en tiedä kykenevätkö ne vielä kasvamaan. Ratkaisu voi löytyä selkänahasta, että sitten verkkoon tuotettava materiaali vaan tehdään johonkin väliin. (Vehkaoja 2016.)

Useampien tuottajien mielestä Ylellä on pitkään toimittu niin, että ensin vaaditaan näyttöä ennen kuin tuotantojen budjetit suurenevat. Tuotteiden tulisi olla niin koskettavia tai upeita, että ne läpäisevät kerrokset ja huomataan ylhäällä. Hyvänä esimerkkinä toimii yleisösuosikki *Docventures*. Tanja likkanen (2016) sanoo, että jos verkkodokumentin kaltainen tuote haluttaisiin nyt liittää *Docventuresiin*, se menisi heti läpi. Ikkasen mielestä resurssipulasta syntyy kuitenkin muna-kana-ongelma – on vaikeaa tehdä enemmän ja esitellä tuotteita, kun ei ole koodareita niitä tekemässä. Aki Kekäläisen (2016) mielestä malli, jossa ensin toivotaan näyttöjä, on hyvä, jos tulokset todella johtavat resursseihin. Laura Vehkaoja (2016) taas toteaa tilanteen olevan ihan perusteltukin, sillä

olisi hyvin rohkeaa antaa isoa budjettia moniosaiselle verkkodokumenttisarjalle, kun sen menestymisestä ei voida olla varmoja. Vehkaoja sanoo, että kun isot yleisöt löytyvät verkkotuotteille, myös budjetointi muuttuu. (Vehkaoja 2016).

Kaikki haastatellut tuottajat toivoisivat mahdollisuuksia kokeiluun ja testailuun. Aki Kekäläisen (2016) mielestä kokeilemisen kulttuuri syntyy siitä, että joskus on mahdollista kokeilla jotain, jonka ei tarvitse toimia heti. Alun pienet kävijäluvut eivät välttämättä kerro, ettei kannata tehdä. Beta-sivusto perustettiin, kun kiireiden välissä sattui olemaan sopiva hetki kehittelylle. Harjoitukset ovat vieneet toimintaa tehokkaammaksi ja kustannukset ovat tippuneet. Kokeilu on johtanut siihen, että uutispuolen toimittajille on nyt pysyvästi koodariapua Plus-deskissä. Sellaiset jutut, joiden tekemiseen käytettiin alussa viikkoja, osataan nyt tehdä parissa päivässä.

6.3 Verkkoteoskin vaatii käsikirjoituksen

Internet ei ole mikään kaatopaikka. Sinne ei mitään ylimääräistä kannata työntää. Eihän telkkariinkaan laiteta mitään ylimääräistä, vaan aina se hiottu timantti. Samalla tavalla nettiin pitäisi aina miettiä, että nyt on niin koskettava tarina, että tämä kannattaa kertoa näyttävästi. (Ilikkanen 2016.)

Monimediatuotantojen verkkotuotteita ei tulisi kursia kasaan broadcast-ohjelman ylimääräisestä materiaalista, vaan myös verkkotuote vaatii käsikirjoituksen. Jutun vaatimia kokemuksia, esimerkkejä, haastatteluja ja tietoa ei saa jälkikäteen, jos niitä ei ole suunniteltu ja toteutettu. Haastateltujen tuottajien mielestä vihdoinkin on tajuttu, että verkkoon ei kannata laittaa kaikkea mahdollista, vaan pitää todella miettiä, kuinka juttu tulisi paketoita. Käyttäjä ahdistuu, jos materiaalia on liikaa. (Ilikkanen 2016; Karisto 2016; Stenros 2016; Vehkaoja 2016.) Vehkaoja sanoo, että ajasta, jolloin verkkoon todella lisättiin ylijäänyttä aineistoa, on menty paljon eteenpäin.

Itse muistan televisio-ohjelmista viiden kuuden vuoden takaa. Silloin se ajatus oli, että laitetaan ne pidemmät haastattelut, ylimääräinen materiaali verkkoon. Se oli ikään kuin sellainen fanisivu, että jos olet tosi, tosi kiinnostunut, sitten jaksat katsoa kaiken muunkin materiaalin. Mutta se alkoi jo silloin muuttua, että sen pitää olla ihan omaa relevanttia, vahvaa sisältöä. (Vehkaoja 2016.)

Kuten mainittu *Huume-Suomen historia* -sarjan selkeä pääjuttu tehtiin televisioon. Kuitenkin jo alusta saakka tiedettiin, että yli jää paljon esiin pengottua kiinnostavaa materiaalia. On tutkivan journalismin kirjallista tietoa, valokuvia, mainoskuvia ja lääketieteellisiä asiakirjoja, joita televisioon ei voi laittaa, mutta joita aidosti halutaan syventää. Faktatiedon paketointiin verkkodokumentit sopivat luontevasti. Televisiosarjassa avattiin

laajemmin tiettyjä aikakausia, jolloin huumeita käytettiin, mutta myös jokaisella huumeella on oma historiansa. Tämän takia tuotettiin verkkoteokset, jotka pureutuvat tiettyjen aineiden historiaan Suomessa. Television ja verkon tuotteisiin ei näin tullut päällekkäisyyksiä, koska aiheet ja näkökulmat olivat erilaiset. Faktapohjainen tieto toimi televisiossa taustatietona, mutta verkossa materiaalista hyödynnettiin parhaat palat. Jos myös verkossa olisi keskitytty huumeiden aikakausiin, päällekkäisyyksiä olisi tullut (Stenros 2016.)

Myös joukkoistaminen on liittynyt osaltaan vanhanaikaiseen ajatukseen, jonka mukaan nettiin mahtuu loputon määrä aineistoa. Uutisten tekemässä aselaki-jutussa käyttäjiä pyydettiin penkomaan aineistoa mielenkiintoisten tarppien toivossa. Lopulta vain hyvin pieni joukko perehtyi materiaaliin, koska sitä oli tarjolla valtava määrä. Viimeisimpien vuototapaustenkin kautta on huomattu toimittajien löytäneen roolinsa uudelleen. Suuren materiaalmäärän läpikäyminen olisi käyttäjiltä paljon pyydetty. (Kekäläinen 2016.) Tärkeä ero on siinä, kuinka joukkoistaminen tai osallistaminen tehdään. Käyttäjää ei voi pyytää tekemään töitä toimittajan puolesta, vaan tätä voi kannustaa osallistumaan jakamalla kokemuksiaan. Laura Vehkaoja (2016) kertoo, että uusien verkkodokumentti-tuotantojen tarkoituksena ei ole ainoastaan tarjoilla valmiiksi pureskeltua, paketoitua sisältöä, vaan tarjota alusta, jonka sisältö herättää ajatukset ja kiinnostuksen, minkä jälkeen käyttäjä voi tuottaa verkkodokumenttiin omaa sisältöään.

Useimmat tuottajat painottavat, että lähtökohtaisesti verkkodokumenttia ei koskaan kannata tehdä vain sen tekemisen vuoksi, vaan pitää todella ymmärtää, milloin vaatimamman muodon eteen kannattaa nähdä vaiva. Aina tulisi miettiä, mistä aiheesta on tekemässä juttua, minkälaista aineistoa on ja minkä viestin haluaa välittää. Sisältö pitää kertoa niin kuin se parhaiten toimii. Suuri materiaalmäärä on mahdollista paketoita kiinnostavaan, kompaktiin muotoon kuten *Huume-Suomen* tapauksessa. Verkkoteos voi olla joukkoistava ja osallistava, mitä taas uudet tuotannot *Olen jossain* ja *Tuhoisan rakkauden kaava* tuovat mukanaan. (Vehkaoja 2016; Karisto 2016; Jormanainen 2016; Stenros 2016.) Kekäläisen (2016) mielestä Uutis- ja ajankohtaistoiminnan ja Svenska Ylen tekemä, Suuri Journalistipalkinto -kilpailussa vuoden journalistiseksi teoksi valittu *Me tiedämme missä asut* teki vaikutuksen ihmisiin, koska teos on yhtenäinen. Sen tarina, käyttöliittymä, ulkoasu ja toiminnot puhuvat samaa kieltä. Synkän aiheen perusteella valittiin tumma värimaailma ja lähikuvat kasvoista.

6.4 Onko Yle edelleen vahva broadcast-talo?

Kuinka television ja radion vahva tausta vaikuttaa verkkotekemiseen? Hannu Kariston (2016) ja Tanja Iikkasen (2016) mielestä vahva broadcastosaaminen on taakka, sillä hyvät broadcast-tekijät eivät ole automaattisesti hyviä verkkosisällöntekijöitä, mikä on ymmärrettävää, koska kieli on täysin eri. Heidän mielestään työnkuvat ja osaamiset ovat keskittyneet selkeästi radion ja television tekoon. Nina Stenros (2016) ja Jussi Jormanainen (2016) eivät näe vahvaa broadcast-taustaa ongelmana itse sisällöntuotannossa, vaan päinvastoin. Kokemus kuvalliseen kerrontaan on tärkeää. Stenros huomauttaa, että toisin kuin printtipuolelta tuleville, visuaalinen tarinankerronta on television tekijöille jo tuttua. Jormanaisen mielestä sisällöntuotannossa broadcastia ja verkkoa on turhaa laittaa vastakkain millään tavalla. Kumpiakkin tarvitaan ja kumpaakin tehdään vielä pitkään. Hänestä vastakkainasettelu on enemmän tekninen ja byrokraatiin liittyvä asetelma kuin sisällön tekemiseen liittyvä asetelma.

Ylellä verkon resurssit ovat vielä broadcastia pienemmät. Vuonna 2015 Luovien sisältöjen verkon osuus kokonaiskustannuksista oli 11 prosenttia (2014: 8 %) ja loput broadcastia. Uutis- ja ajankohtaistoiminnan puolella verkon osuus kokonaiskustannuksista oli 15 prosenttia (2014: 13 %). (Tronti-Stenholm, henkilökohtainen tiedonanto 21.4.2016.) Hannu Karisto (2016) sanoo, että johdon juhlapuheista huolimatta verkkoa ei vielä pidetä broadcastin veroisena jakelutienä, mikä näkyy selkeimmin resurssien jakamisena.

Verkko on edelleen jotenkin lisäarvo tai lisätuote broadcastingille. Sitä ei nähdä itsenäisenä. Kuitenkin tätä ajattelutapaa edelleen on, vaikka siitä on paljon pois päästykin. Nyt me ollaan tekemässä isoja satsauksia, että todellakin tehdään se verkkojuttu ja sitten radio- ja tv-dokkari ovatkin vain sivutuotteita. (Karisto 2016.)

On selvästi ollut hyvin vieras ajatus, että palkattaisiin koodareita. [– –] Jos niitä koodareita olisi täällä sata, totta kai me lähetettäisiin kaikkiin toimituksiin, että kehitelkää, miettikää, kokeilkaa. Nyt kun niitä ei ole ja meitä on viisi verkkoihmistä, joita minä vadin kuin haukka ja annan projekteihin, joissa niitä eniten tarvitaan. Se on jotenkin tosi karua ja hirveän vaikeaa. [– –] Mun mielestä on ihana miettiä, miten verkkokerronta menee eteenpäin, eikä vain, miten joku telkkariohjelma löytyy. (Ikkänen 2016.)

Verkkokehitystiimin Aki Kekäläisen (2016) mielestä Luovat sisällöt on sitonut kätensä liian tiukasti broadcast-toimintaan. Uutis- ja ajankohtaistoiminnan verkkoa on tuotettu pidempään, jolloin jo olemassa olevaa on ollut helpompi kehittää eteenpäin. Hänestä Luovien sisältöjen on vaikeampaa ottaa isoa harppausta, kun samanlaista taustaa ei

ole ja verkon resurssit puuttuvat. Kekäläinen kuitenkin sanoo, että Luovissa sisällöissä on viime vuosina ollut hyvää kehitystä.

Se kehitys oltaisiin voitu saada aikaiseksi jo useita vuosia aikaisemminkin, mutta silloin siellä ei satsattu verkkoon. Lusi [Luovat sisällöt] itse asiassa ottaa mallia, mitä muualla on hyväksi havaittu. Se on aika kustannustehokasta. [– –] Mutta ne pystyisivät varmasti saamaan omasta toiminnastaan vielä enemmän irti. Puhuttakaaan, mitä ne voisivat koko Ylelle tehdä, kun näyttäisivät esimerkkiä omalla osaamisalueellaan. Lusinhan pitäisi olla se paikka, josta nousisi enemmän sellaisia interaktiivisia verkkospesialisteja – niitä, joita tehdään pitkän aikaa ja harkiten. Suunta näyttää hyvältä. Jos se jatkuu näin, viiden vuoden päästä puhuttaisiin ihan eri tavalla. (Kekäläinen 2016.)

7 YHTEENVETO

Verkkodokumentin määrittely ei todellakaan ole helppoa. Keskustelimme jokaisessa laajemmassa haastattelussa siitä, mikä on verkkodokumentin ja audiovisuaalisen verkkofeaturen ero. Tai tarkemminkin, minulta kysyttiin, miten minä verkkodokumentin käsittän. Termi on lopulta vain semantiikkaa. Kun jutut ovat narratiivista nettijournalismia, joka on tehty käsityönä juuri verkkoa varten ja verkon parhaita ominaisuuksia hyödyntäen, ei nimellä sinänsä ole väliä. Toisaalta taas nimeäminen helpottaa juttujen esittelyä verkkosivuilla. Käyttäjän ei voi vielä olettaa tietävän, mistä on kyse. Teosmaisen tyyllilajin vakiintuessa verkon käyttäjä oppii, minkälaista sisältöä linkin takaa mahdollisesti löytyy. Verkkoteokset voivat olla genre siinä missä dokumenttielokuvat tai printtijournalismin featuretekstitkin, jolloin genrestä kiinnostunut hakeutuu niiden pariin. Opinnäytetyön perusteella määrittelen verkkodokumentin kuitenkin tällä hetkellä teokseksi, joka yhdistää valokuvaa, tekstiä, ääntä, liikkuvaa kuvaa ja grafiikkaa usein interaktiiviseksi ja epälineaariseksi monimediatuotteeksi, joka rakennetaan tarinansa ympärille. Lisäksi dokumentarismille ominainen tekijänsä näkemys erottaa verkkodokumentin artikkelista.

Ylellä verkkodokumentin teon suurimmat haasteet liittyvät tuotteen löydettävyyteen, verkkotuotantojen budjetointiin ja resursointiin sekä siihen, ettei koodariosaamista löydy Yle Luovista sisällöistä. Lisäksi mobiilikäytön yleistymisen ja laitekannan monipuolistuminen on tehnyt dokumenttien teosta haasteellisempaa. (Vehkaoja 2016, Karisto 2016; Ikkänen 2016; Skog 2016; Kekäläinen 2016.) Mielestäni verkkotuotteet tulisi myös markkinoida tehokkaammin esimerkiksi sosiaalisen median kautta.

Verkkodokumenttien teko koetaan tärkeäksi, koska netti tarjoaa uusia mahdollisuuksia paketoita sisältöjä. Tuotteista voidaan tehdä osallistavia, joukkoistettuja ja vuorovaikutteisia. Tämän hetkistä verkkodokumenttituotantoa pidetään kuitenkin vasta kehitysvaiheena. Laura Vehkaojan (2016) mielestä vieläkään ei ole löydetty verkon ominaisinta tapaa tuottaa verkkodokumentteja. Vehkaoja muistuttaa, että historiassa aina, kun on tullut uusi media, sitä on aluksi käytetty vanhan median tavalla. Teatteri tuotiin radioon, radio televisioon ja nyt printti, televisio ja radio yritetään tuoda verkkoon. Verkossa yhdistellään kolmen muun jo tutun median tapoja, kun printin teksti ja still-kuva, radion ääni ja television liikkuva kuva liimataan yhteen. Vehkaoja uskoo, että verkkoon tulee syntymään täysin oma tapansa. Hän kaipaa enemmän pelillisiä sisältöjä, joissa käyttäjä

saa tutkia, kulkea, tehdä valintoja ja vaikuttaa kokonaisuuteen. Vielä tällaisten sisältöjen tuottaminen on kaatunut koodaamisen mahdottomuuteen sekä mobiilikäyttöön. Myös tuotannon mallirakenteiden puuttuessa verkkoteosten tekeminen on vielä kehitystyötä. Ei ole ihmistä, jolle olisi sanottu, kuinka toimia, kun aiotaan toteuttaa verkkodokumentti. (likkanen 2016; Vehkaoja 2016.)

Verkkodokumentit elävät toista aaltoaan. Kun pengoin tietoa webortaaseista, haastateltavien vastaanotto oli innostunut. Kokeilun aikakautta muisteltiin hyvällä. On mielenkiintoista, kuinka samantyylisten juttujen pariin on palattu nyt myöhemmin. Verkko kasvoi niin nopeasti, ettei hitaalle työlle suotu aikaa. Pilottihankkeita ei välttämättä voi mitata, sillä kaikkea eteen tulevaa ei voi tietää. Tiukat ovat ajat nytkin, raha ratkaisee ja olisi jopa hieman naiivia olettaa, että kokeilullinen journalismi saisi tässä tilanteessa heti isoa budjettia. Haastateltavien hokema kokeilukulttuuri nousi yhä uudestaan esiin. Suurin panostus Luovissa sisällöissä on vielä broadcastissa, mutta kaikkien haastateltujen tuottajien mielestä uusien muotojen kokeilu verkossa on tärkeää. Rohkealle kokeilulle pitäisikin antaa tilaa. Olisiko nyt oivallisempi hetki, sillä verkko on jo itsestään selvän tärkeä jakelukanava. Toki on selvää, että tekijöiden parissa haluttaisiin kokeilla ja kokeilun kautta kehittyä. Onkin toinen kysymys, jääkö tarkasti budjetoidussa maailmassa tilaa joustavuudelle.

Ajattelen, että jos me vaan tyydytään niihin ominaisuuksiin, joita meillä on, niin mikään ei mene koskaan eteenpäin. Ja mekin ollaan verkkokehitystiimi. Täytyyhän meidän pohtia koko ajan sitä, miten journalismi verkossa kehittyy. (likkanen 2016.)

Verkkoteokset vastaavat muuttuvaan median käyttöön. Broadcastin suurin haaste on, että sen katsojat ovat iäkkäitä, kun taas verkko tarjoaa sisältöä nuoremmalle kohderyhmälle. Tuottajat painottavat, että dokumentaarista kerrontaa pitää tarjota myös niille, jotka eivät ole radion tai television ääressä. Jos verkkoon ei satsata nyt, joudutaan lähemmään altavastaajan asemasta siinä vaiheessa, kun ihmiset ovat joukolla siirtyneet verkon käyttäjäksi. (Kekäläinen 2016; Karisto 2016; likkanen 2016; Vehkaoja 2016.)

LÄHTEET

Haastattelut

Hahtala, Sami. Konseptisuunnittelija ja tuottaja. Yle Musiikki. Henkilökohtainen tiedonanto 8.2.2016.

likkanen, Tanja. Vastaava tuottaja. Verkko, Yle Asia. Henkilökohtainen tiedonanto 4.2.2016.

Jormanainen, Jussi. Tuottaja. Dokumentit, Yle Asia. Henkilökohtainen tiedonanto 13.4.2016.

Karisto, Hannu. Tuottaja. Dokumentit, Yle Asia. Henkilökohtainen tiedonanto 17.2.2016.

Kekäläinen, Aki. Verkko- ja mobiilikehityksen päällikkö. Uutis- ja ajankohtaistoiminta. Henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2016.

Lahti, Jari. Strategiapäällikkö. Mediastrategiat. Henkilökohtainen tiedonanto 13.5.2016.

Mäkinen, Esa. Kehityspäällikkö. Helsingin Sanomat datadeski. Henkilökohtainen tiedonanto 13.4.2016.

Numminen, Petteri. Tuottaja. Unicef. Henkilökohtainen tiedonanto 12.4.2016.

Ryynänen, Jarkko. Projektipäällikkö. Verkon kehitys, Uutis- ja ajankohtaistoiminta. Henkilökohtainen tiedonanto 7.4.2016.

Salminen, Juho. Tuottaja. Yle Uutiset Plus-deski. Henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2016.

Savola, Heli. Projektipäällikkö. Verkon kehitys Uutis- ja ajankohtaistoiminta. Henkilökohtainen tiedonanto 7.4.2016.

Skog, Mikael. Tekninen tuottaja ja Fyndin tuoteomistaja. Yle Kulttuuri ja viihde. Henkilökohtainen tiedonanto 10.3.2016 ja 6.4.2016.

Snell, Susanna. Asiakkuuspäällikkö. Asiakkuus ja tutkimus, Luovat sisällöt. Henkilökohtainen tiedonanto 15.4.2016.

Stenros, Nina. Tuottaja. Dokumentit, Yle Asia. Henkilökohtainen tiedonanto 18.4.2016.

Tronti-Stenholm, Camilla. Controller. Controller-toiminnot. Henkilökohtainen tiedonanto 20.4.2016.

Vehkaoja, Laura. Vastaava tuottaja. Dokumentit, Yle Asia. Henkilökohtainen tiedonanto 8.2.2016.

Tutkielmassa mainittuja verkkoteoksia

Branch, John. 2012. Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek. The New York Times. Viitattu 21.4.2016 <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>.

Casal, Sari & Hahtala, Sami & Josefsson, Joonas & Kauppinen, Veli & Leskinen, Lauri & Rantala, Tomi & Väisänen, Annukka. 2015. Käsittämätöntä meteliä - The Silverin jäljillä. Viitattu 24.3.2016 <http://yle.fi/teos/thesilver/>.

Kaihoavaara, Riikka & Stenros, Nina. 2015. Huume-Suomen historia. Viitattu 22.2.2016 <http://yle.fi/aihe/dokumentit/huume-suomi>.

- Koivula, Katri & Karisto, Hannu. 2013. Korvaava. Viitattu 20.2.2016 <http://beta.yle.fi/korvaava/>.
- Koivula, Katri & Karisto, Hannu. 2014. Bäckärit. Viitattu 20.2.2016 www.yle.fi/teos/bakkarit.
- Koivula, Katri & Karisto, Hannu. 2016. Sano se saameksi. viitattu 24.2.2016 <http://yle.fi/teos/sanosesaameksi/>.
- Meltio, Niklas & Lehikoinen, Ari. 2015. He katsovat kuolemaa silmiin. Viitattu 7.4.2016 http://yle.fi/aihe/he_katsovat_kuolemaa_silmiin
- Rantala, Kai & Kaila, Katariina & Karisto, Hannu. 2015. Panchakarma. Viitattu 20.2.2016 <http://yle.fi/teos/panchakarma/>.
- Rantala, Kai & Kaila, Katariina. 2015. Sivupolkuja Kaliforniassa. Viitattu 20.2.2016 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/11/19/sivupolkuja-kaliforniassa>.
- Ylen Dokumenttiryhmä. 2013. Ensimmäinen koulupäivä. Viitattu 20.2.2016 http://beta.yle.fi/ensimmainen_koulupaiva/.

Kirjalliset lähteet

- 80 vuotta luotettavaa uutisvälitystä. 2008. Viitattu 7.4.2016 http://yle.fi/uutiset/80_vuotta_luotettavaa_uutisvalitysta/6153097.
- Bernstein, Brachet. 2009. Web as first platform -seminaari. Opinnäytetyössä Mäntymaa, Eero. 2010. Uuden dokumentarismien kynnyksellä: Internet dokumenttielokuvan ensisijaisena julkaisualustana. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia ammattikorkeakoulu.
- Bradshaw, Paul & Rohumaa, Liisa. 2011. The Online Journalism Handbook. Skills to survive and thrive in the digital age. Routledge: Pearson Education Limited.
- Gaudenzi, Sandra. 2013. The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary. The degree of Doctor of Philosophy. Lontoo: Goldsmiths Centre for Cultural Studies, University of London.
- Haughney, Christine. 2013. Times Wins Four Pulitzers; Brooklyn Nonprofit Is Awarded a Reporting Prize. Viitattu 6.5.2016 http://www.nytimes.com/2013/04/16/business/media/the-times-wins-four-pulitzer-prizes.html?_r=0.
- Heinonen, Sirkka & Ruotsalainen, Juho. 2014. Tulevaisuuden tutkimiskeskus. Viitattu 5.4.2016 https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_16-2014.pdf.
- Helsingin Sanomat Klik. 2000. Verkkoliite ja WOW! voittivat NetMediassa 2000. Viitattu 12.4.2016 <http://www2.hs.fi/klik/arkisto/2000heinakuu/20000707klik62eoja.html>.
- Herkman, Juha. 2003. Konvergenssi muuttaa kaiken? Teoksessa Vehkalahti, Pertti. 2003. Journalismikritiikin vuosikirja 2003. s. 152. Tiedotustutkimus 1/2003.
- Hermida, Alfred. 2011. Mechanisms of Participation. How audience options shape the conversations. Teoksessa Singer, Jane B. & Hermida, Alfred & Domingo, David & Heinonen, Ari & Paullussen, Steve & Quandt, Thorsten & Reich, Zvi & Vujnovic, Marina. 2011. Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers. Wiley-Blackwell.
- Kaihoavaara, Riikka. 2015. Huume-sarjalla jo 2,5 miljoonaa katsojaa. Viitattu 19.4.2016. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/08/17/huume-sarjalla-jo-25-miljoonaa-katsojaa>.

Khalaf, Simon. 2014. Apps Solidify Leadership Six Years into the Mobile Revolution. Flurry Insights. Viitattu 5.4.2016 <http://flurrymobile.tumblr.com/post/115191864580/apps-solidify-leadership-six-years-into-the-mobile#.VP78W-Eppcw>.

Koivula, Katri. 2014. Bäckärit-dokumentti vie katsojan klubien takahuoneisiin. Viitattu 20.2.2016 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/05/28/bakkarit-dokumentti-vie-katsojan-klubien-takahuoneisiin>.

Koivula, Katri. 2013. Interaktiivinen dokumentti verkkoympäristössä. Korvaava-internetdokumentin toteuttaminen. Opinnäytetyö. Elokuvan ja Television koulutusohjelma. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Koivula, Katri. 2013. Korvaava – internetdokumentti kuurosta, joka kuulee. Viitattu 20.2.2016 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/09/05/korvaava-internetdokumentti-kuurosta-joka-kuulee>.

Koulutusrahasto Koura palkitut 2015. Viitattu 7.4.2016 <http://www.koulutusrahastokoura.fi/palkinnot/palkitut/>.

Marconi, Francesco. 2015. Associated Press Insights. Viitattu 23.2.2016 <https://insights.ap.org/industry-trends/when-journalism-meets-silicon-valley>.

Median käyttötavat muuttuvat 2015. Viitattu 7.4.2016 http://yle.fi/uutiset/median_kayttotavat_muuttuvat_tubettaminen_on_yha_suosituimpaa/8209373.

Mäntymaa, Eero. 2010. Uuden dokumentarismien kynnyksellä. Internet dokumenttielokuvan ensisijaisena julkaisualustana. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia ammattikorkeakoulu.

Newman, Nic. 2016. Media, Journalism and Technology Predictions 2016, Reuters Institute. Viitattu 5.4.2016 <http://digitalnewsreport.org/publications/2016/predictions-2016/#2-3-the-disruption-of-television>.

Niemi, Marja. 2015. Koura palkitsi 2014 parhaita ohjelmia. Viitattu 19.4.2016 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/03/19/koura-palkitsi-vuoden-2014-parhaita-ohjelmia>.

Nordell, Marja-Liisa. 2016. Ylen asiakuudet 2015. Viitattu 5.4.2016 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/03/03/ylen-asiakuudet-2015-yle-tavoitti-kaikki-suomalaiset-linnan-juhlat-oli>.

Nordvision. 2016. Viitattu 28.2.2016 <https://en.nordvision.org/nordvision/>.

Näränen, Pertti. 2004. Fuusioita ja monimediaa. Economic trends. Viitattu 5.4.2016 https://www.stat.fi/tup/economictrends/econ_104_naranen.pdf.

Pasula, Susanna. 2002. Verkkodokumentin ilmaisukeinot. Kummitus dokumenttielokuvan, valokuvan ja hypermedian risteyksessä.

Paulussen, Steve & Quandt, Thorsten & Reich, Zvi & Vujnovic, Marina Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers. Chichester: Wiley-Blackwell.

Rasila, Tanja. 2015. Ylen vuosikymmenet. Viitattu 5.4.2015 <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-vuosikymmenet>.

Reuters Institute. 2016. Digital News Project 2016. Viitattu 30.3.2016 <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/can-public-service-news-organisations-stay-competitive-digital-environment>.

Sparkman, Russell. 2016. Reality Comes to Cyberspace: Web Docs Offer Multimedia Options. International Documentary Association. Viitattu 19.2.2016

<http://www.documentary.org/magazine/reality-comes-cyberspace-web-docs-offer-multimedia-options>.

Suomalaismedian ensimmäiset 22 vuotta verkossa. 2005. Viitattu 6.4.2016
<http://blogit.yle.fi/tuija-taalla-hei/suomalaismedian-ensimmaiset-22-vuotta-verkossa>.

Syvällä 2014. Helsingin Sanomat Kuukausiliite. Viitattu 7.4.2016
<http://dynamic.hs.fi/2014/syvalla/>.

The Journey of Documentary. 2016. Viitattu 5.1.2016
<http://www.thejourneyofdocumentary.com/>.

The Telegraph. 2016. Apple's iPhone: a definitive history in pictures. Viitattu 14.5.2016
<http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/02/25/apples-iphone-a-definitive-history-in-pictures/>.

Tilastokeskus. 2016. Internetin käyttö mobiilia, laitteen henkilökohtaisia 2015. Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2015. Viitattu 23.2.2016
http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015_2015-11-26_tie_001_fi.html.

Tuomo Väliaho, Jarmo Lundgren. 2005. Digital think - An anthology from new media thinkers. Viitattu 20.2.2016.
https://books.google.fi/books?id=naSUynKTEHEC&pg=PA92&lpg=PA92&dq=webortage&source=bl&ots=H2xLbsmSyv&sig=p218JRAUpC7pLWAYi4K1xyKSFNI&hl=en&ei=4n-9TIKCOMjsOYyj_VM&sa=X&oi=book_result&ct=result&redir_esc=y#v=onepage&q=webortage&f=false.

Uotila, Panu. 2010. Tutkija: Pulitzer osoitus verkkojournalismin arvostuksesta. Viitattu 5.4.2016
http://yle.fi/uutiset/tutkija_pulitzer_osoitus_verkkojournalismin_arvostuksesta/6153232.

Uutismedia verkossa 2015. Reuters Institute Digital News Report – Suomen maaraportti. Viitattu 5.4.2016
<http://www.vkl.fi/files/3147/DNR2015-Suomi-finalb.pdf>.

Ylen verkkomediavisio 2020. 2016. Viitattu 30.3.2016
<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/06/24/ylen-verkkomedian-visio-2020>.

Yle Uutiset Plus. 2016. Viitattu 24.2.2016
<http://yle.fi/uutiset/plus/>.

Yle Kulttuuri. 2016. Käsittämätöntä meteliä - The Silverin jäljillä. Viitattu 24.3.2016
<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/03/04/verkkodokumentti>.

Ylen Uutis- ja Ajankohtaistoiminta uudistui 2015. Viitattu 5.4.2016
<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/02/02/ylen-uutis-ja-ajankohtaistoiminta-uudistui>.

Vehkalahti, Iikka. 2010. Opinnäytetyössä Mäntymaa, Eero. 2010. Uuden dokumentarismien kynnyksellä: Internet dokumenttielokuvan ensisijaisena julkaisualustana. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia ammattikorkeakoulu.