

Sara Ilonen

## **MONIOSAAJA VAI VIDEOKUVAAVA SANOMALEHTITOIMITTAJA**

Videoiden rooli nykyajan ja tulevaisuuden sanomalehdessä sekä sanomalehtitoimittajan työssä

## **MONIOSAAJA VAI VIDEOKUVAAVA SANOMALEHTITOIMITTAJA**

Videoiden rooli nykyajan ja tulevaisuuden sanomalehdessä sekä sanomalehtitoimittajan työssä

Sara Ilonen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2016  
Viestinnän tutkinto-ohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Viestinnän tutkinto-ohjelma, Journalismin suuntautumisvaihtoehto

---

Tekijä(t): Sara Ilonen

Opinnäytetyön nimi: Moniosaja vai videokuvaava sanomalehtitoimittaja: Videoiden rooli nykyajan ja tulevaisuuden sanomalehdessä sekä sanomalehtitoimittajan työssä

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää

Työn valmistusluku- ja vuosi: Kevät 2016

Sivumäärä: 48 + 3

---

Opinnäytetyössäni halusin selvittää videokuvaustaidot omaavan toimittajan sekä itse videoiden roolin tämän päivän sanomalehtitoimittajien työelämässä sekä tulevaisuudessa. Käsittelen tutkielmassani sanomalehteä modernina painetun sanomalehden ja verkkolehden ja sähköisten uutis- ja ilmoituspalvelujen kokonaisuutena.

Käytän tietoperustana journalismin ja viestinnän alan kokoelmateoksia, viimeaikaisia aiheeseen liittyviä tutkimuksia ja tilastoja sekä kahta jo aiemmin toteutettua päätoimittajan haastattelua digitaalisuudesta ja videoiden tulevaisuudesta.

Kokosin aineistoni laadullisin tutkimusmenetelmin alue- ja paikallislehtien päätoimittajille lähetetyn kyselyn avulla. Aineiston sisällönanalyysin ja teemojen kautta pyrin löytämään vastauksia kysymyksiin: mikä jalansija videokuvaamisella nykyajan sanomalehtitoimittajan työssä on nyt ja viiden vuoden kuluttua, kuinka paljon sanomalehtitoimitukset arvostavat videokuvaustaidon omaavaa toimittajaa ja voidaanko videokuvaavaa sanomalehtitoimittajaa enää ylipäättänsä pitää moniosajana vai onko siitä tullut osa työn toimenkuvaa.

Tutkimuksessani selvisi mielestäni kolme olennaista päätulosta: Ensinnäkin videot ja videokuvaus ovat olennainen osa nykyajan sanomalehtitoimitusta. Toiseksi videokuvaustaidot ovat jo olennainen osa sanomalehtitoimittajan toimenkuvaa ja taitojen syventäminen antaa mahdollisuuden muuttua rivitoimittajasta moniosajaksi. Kolmantena tuloksena on, että sanomalehden tulevaisuus on eittämättä digitaalisuudessa ja monipuolisessa sisällössä.

Koen, että opinnäytetyöstäni voi olla hyötyä journalismin opiskelijalle opintojen suunnittelussa, toimittajan oman ammattitaidon paikallistamisessa sekä printtilehden ja digitaalisen verkkojulkaisun välistä kuolemanlaaksoa läpikäyväälle sanomalehdelle.

---

Asiasanat: sanomalehti, sanomalehtitoimittaja, videokuvaus, verkkojulkaisu, moniosaja, viestintä

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree programme, option

---

Author(s): Sara Ilonen

Title of thesis: Multiskilled worker or videographing newspaper reporter: The role of videos in newspaper and in the job description of newspaper reporter now and in the future.

Supervisor(s): Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2016      Number of pages: 48 + 3

---

In my thesis I wanted to find out the role of videographing journalist and the role of videos themselves in the all-day evolving field of newspaper and in its future in Finland. In my thesis I consider newspaper as a modern combination of printed paper and online newspapers and news sites.

For information frame of reference in my thesis I use literature of journalism and recently published articles of communications. I also use two interviews of chief editors about digitalization and the future of videos in newspaper work.

I gathered my research material via a poll sent to the chief editors of local newspapers. I aim to answer questions like what is the role of videography in the contemporary work of newspaper reporter and how it is valued by today's editorial staff.

In my research I reached three relevant conclusions: Videos and videography is a crucial part of today's newspaper field. Secondly the skills in videography are an essential skill of newspaper reporter. Third conclusion was that the future of newspaper relies in digital and diverse content.

My thesis might be useful for students of journalism planning their studies. In addition it might help the local newspapers struggling in between of printed paper and online newspaper.

---

Keywords: newspaper, videography, newspaper reporter, communications

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	MONIMEDIAISTA NETTIJOURNALISMIA.....	9
2.1	Paperinen lehti ja verkon monipuolisuus – millainen on 2010-luvun sanomalehti .....	9
2.2	Lukutottumukset ja -välinetrendit.....	10
2.3	Digitaalinen ympäristö tuo lisäarvoa ja lukijoita.....	13
3	SANOMALEHTIEN VIDEOT .....	14
3.1	Videot ja niiden tekijät .....	14
3.2	Moniosaamista vai osa työnkuvaa? .....	15
4	KAHDEN PÄÄTOIMITTAJAN AJATUKSIA VIDEOISTA .....	17
4.1	Lapin Kansan päätoimittaja korostaa toimittajien videokuvaustaidon merkitystä.....	17
4.2	Loviisan Sanomien päätoimittaja uskoo paikallislehtien live-lähetyksiin .....	18
5	AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	20
5.1	Tutkimustehtävä ja -menetelmät .....	20
5.2	Aineiston kerääminen.....	21
5.3	Aineiston analysointi.....	22
6	KYSELY SANOMALEHTIEN PÄÄTOIMITTAJILLE.....	23
6.1	Kyselyyn valikoituneet sanomalehtitoimitukset .....	23
6.2	Vastaanottajina päätoimittajat .....	23
6.3	Kyselyn toteutus ja sisältö.....	24
7	KYSELYN VASTAAJAT JA TOIMITUKSET .....	25
7.1	Kyselyyn vastanneet .....	25
7.2	Toimituksien koko ja ammattiryhmät.....	25
8	VERKOSSA JULKAISEMINEN JA NETTIVIDEOT .....	27
8.1	Sanomalehtien verkkosivut ja niillä julkaistava materiaali.....	27
8.2	Kuka tekee videot?.....	28
8.3	Videoiden vastaanotto ja vaikutus.....	30
9	SANOMALEHTITOIMITTAJAN MUUTTUNUT TOIMENKUVA VS. MONIOSAAJA.....	32
9.1	Sanomalehtitoimittajan toimenkuva ja sen viimeaikaiset muutokset.....	32
9.2	Materiaalia kaikkiin kanaviin – Mikä tekee toimittajasta moniosaajan?.....	33
9.3	Tekniset taidot.....	34
9.4	Onko kalustolla merkitystä? .....	35

9.5	Videokuvaustaitojen merkitys uuden työntekijän palkkaamisessa .....	36
10	MONIOSAAJAN HYÖDYNTÄMINEN JA VIDEOKUVAUKSEN TULEVAISUUS SANOMALEHTITOIMITTAJAN TYÖSSÄ.....	37
10.1	Videokuvaustaitoisen toimittajan hyöty sanomalehdille .....	37
10.2	Kasvava merkitys .....	38
11	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	39
11.1	Videot ja videokuvaus on tätä päivää.....	39
11.2	Videokuvaustaidot ovat osa sanomalehtitoimittajan toimenkuvaa — syventäminen tekee moniosajaan .....	40
11.3	Tulevaisuus on digitaalisuudessa ja monipuolisessa sisällössä .....	41
11.4	Yhteenveto .....	42
12	POHDINTA .....	43
12.1	Itsearviointi .....	44
12.2	Jatkokysymyksiä .....	45
	LÄHTEET .....	47

# 1 JOHDANTO

Journalismi elää muutoksien aikaa. Internetin tuomat haasteet ja entistä kireämmät aikataulut tuovat päähkinää purtavaksi nykyaikaisen sanomalehtitoimittajan työhön. Lukijaa nauttii yhä enemmän päivittäistä journalismiannostaan perinteisen aamukahvin ja -sanomalehden sijaan pitkin päivää. Tietokoneet ja erilaiset mobiililaitteet kulkevat lukijan, journalismin kuluttajan, mukana kotoa työpaikoille ja vapaa-ajanviettopaikkoihin. Tuoreimmat uutiset ovat jokaisen käsillä sekunneissa ja jutut liikkuvat sosiaalisen median, somen, avulla jopa satojen tuhansien ihmisten saataville vain minuuteissa.

Internet haastaa perinteisen journalismin muuttumaan mukanaan. Nopeat yhteydet tuovat uutiset kaikkien ulottuville päivää ennen paperista lehteä, joten toimitusten on kiinnitettävä entistä enemmän huomiota, mitkä aiheet päätyvät lehteen ja mitkä Internetiin, tai sekä että. Haasteiden lisäksi Internet tarjoaa uusia mahdollisuuksia julkaisumuotojen parissa. Internetissä jutun yhteydessä on mahdollista julkaista kuvan lisäksi myös liikkuvaa kuvaa ja ääntä, siitä voi tehdä audiovisuaalisen.

Audiovisuaalinen, eli kuvaa ja ääntä yhdistelevä, journalismi on aiemmin ollut suomalaisille tuttua lähinnä television parista. Internet-aikakausi on kuitenkin nostanut audiovisuaalisen journalismin, arkisemmalla kielellä videot, suosituksi ilmiöksi myös perinteisten sanomalehtitoimituksien parissa. Uutisiin liitetään yhä enemmän toimituksen itsensä kuvaamia videoita ja videoita käytetään myös hyödyksi toimitusten näkyvyydessä sosiaalisessa mediassa. Sanomalehden itsensä määritelmäkin on muuttunut. Nykyajan sanomalehti on paperisen lehden lisäksi verkkolehden sekä sähköisten palveluiden muodostama kokonaisuus (Sanomalehtien liitto, viitattu 4.5.2016).

Toimittajien työmarkkinoilla on liikkunut paljon puhetta, kuinka toimittajan täytyisi osata vähän kaikkea. Olla siis moniosaaja. Tutkimukseni tarkoitus on selvittää, tekeekö videokuvaus ja kyky tuottaa verkkoon sopivia videoita, sanomalehtitoimittajasta moniosajaa vai onko videoiden tekeminen jo muuttunut arkipäiväiseksi osaksi sanomalehtitoimittajan työnkuvaa. Oletukseni on, että varsinkin keskisuurissa ja pienemmissä sanomalehdissä videokuvaustaidoille on kysyntää ja, että kyky tuottaa videoita sanomalehtien verkkosivuille tekee toimittajasta moniosajaan.

Aihealue on kiinnostanut minua siitä asti, kun työskentelin kesällä 2012 videokuvaavana ja editoivana verkkotoimittajana Oulun Juhlaviikoilla. Oulun ammattikorkeakoulussa viestinnän koulutusohjelman henkilökohtaisen opintosuunnitelmani vapaavalintaiset opinnot koostuivatkin pitkälti audiovisuaalisia taitoja tukevista kursseista. Sanomalehdet mukaan kiinnostukseeni toi kesätoimittajan pesti paikallislehti Iijokiseudussa. Tutkielmassani haluan selvittää, auttaisiko osaamiseni minua valmistumisen jälkeen riepottelevassa työnhaussa ja työelämässä. Lisäksi haluan tutkielmallani antaa journalismin opiskelijoille pieniä eväitä, joiden avulla he voivat tehdä itsestään moniosaavan toimittajan sanomalehtien työmarkkinoille. Tutkielmastani on toivottavasti siis apua sanomalehtitoimittajan uraa tavoittelevalle, videoista kiinnostuneelle opiskelijalle, joka pohtii, kuinka voisi käyttää opintojaan hyödyksi tulevaisuutta ajatellen.

Aloitan tutkielmani valottamalla viime aikojen muutoksia monimediaalisessa nettijournalismissa sekä pohtimalla, millainen on 2010-luvun sanomalehti. Viimeaikaisten journalismin murroksesta kertovien teosten, videoita käsittelevien tutkimuksien ja lukuvälinetrenejä avaavien tilastojen avulla pyrin selvittämään, miksi videoista on tullut tärkeä osa myös sanomalehtien verkkojulkaisua. Lisäksi käytän tutkimuksessani Lapin Kansan ja Loviisan Sanomien päätoimittajien jo antamia haastatteluita digitaalisuudesta ja videoiden sijasta sanomalehdissä.

Aineistonkeruumenetelmäksi valitsin kyselytutkimuksen, johon valikoin alue- ja paikallislehtien toimituksia, eli pieniä ja keskisuuria sanomalehtitoimituksia, Sanomalehtien Liiton jäsenlistalta. Kuten sanomalehden määritelmäänkin jo kuuluu kriteeri, että sanomalehdellä on oltava ainakin kerran viikossa ilmestyvä, maksullinen painettu lehti (Sanomalehtien liitto, viitattu 4.5.2016). Painetun lehden ilmestymisen lisäksi rajasin valintani sanomalehtitoimituksiin, jotka julkaisivat ainakin kahdesti viikossa myös verkkosivuillaan. Kyselyn teemoiksi nostin videokuvauksen roolin vastaajien sanomalehtitoimituksissa keväällä 2016, videokuvauksen merkityksen moniosaajan määrittelyssä, videokuvaavan sanomalehtitoimittajan hyödyn toimituksille sekä videoiden vaikutuksen sanomalehtitoimittajan toimenkuvaan seuraavan viiden vuoden aikana.

Analysoimalla aineistoani laadullisin menetelmin kartoitan sanomalehtitoimituksien asenteita videoita kohtaan nykyaikaista sanomalehteä, toimittajan roolia videoiden tuotannossa sekä videon tulevaisuutta sanomalehdissä. Tutkielman lopussa, Pohdinnassa, annan videokuvausta ja videoita koskevia vinkkejä niin journalismin opiskelijoille kuin aihetta pureksivalle sanomalehtitoimitukselle.



## 2 MONIMEDIAISTA NETTIJOURNALISMIA

Kuvitellaan, että istut työmatkallasi joukkoliikennevälineeseen. Katselet ympärillesi ja näet kymmenet niskat kumartuneena kohti polvia ja niiden välissä käsien varassa nojaavia älypuhelimia tai tablet-tietokoneita. Tilanne on sama kaikkialla, jonne nykyihminen pysähtyy ja jossa tämä joutuu odottamaan. Kassajonossa, lääkärin odotustilassa ja jopa liikennevaloissa.

Journalismin onneksi tästä on ollut myös hyötyä medialle. Aktiivinen sosiaalisen median kansa jakaa Internet-profiileissaan hassunhauskoja, ajankohtaisia ja koskettavia uutisia, niin teksti- kuin videomuotoisinakin. Tämä on eittämättä aiheuttanut kilpailua myös sanomalehtien Internet-käyttäytymiseen.

Vaikka suomalaisten keskuudessa interaktiivinen median seuraaminen on yleistynyt, ilmestyy Suomessa edelleen lähes 200 paperisena sanomalehteä. Kun verrataan sanomalehtien levikkiä Suomen väkilukuun, sijoittuu Suomi kärkikastiin maailman laajuisesti eniten sanomalehtiä lukevien kansojen keskuudessa. (Sanomalehtien liitto 2016, viitattu 16.3.2016.)

### 2.1 Paperinen lehti ja verkon monipuolisuus – millainen on 2010-luvun sanomalehti

Sanomalehtityyppisten julkaisujen läsnäolo verkossa on yleistynyt nopeasti ja lähes kaikilla harvemminkin ilmestyvillä sanomalehdillä on toimitettua sisältöä julkaiseva verkkosivusto. Jo vuoden 2012 alkupuolella maksullisia sähköisiä näköislehtiä oli 125 sanomalehdellä eli kahdella kolmasosalla (Jyrkiäinen 2012, 94). Nykyajan sanomalehti on kuitenkin kokonaisuutena paljon laajempi, kuin vain paperinen lehti eli printti sekä sen sähköinen vedos eli näköislehti. Medialle on elintärkeää seurata teknologian kehitystä, jotta lukijoiden tarpeissa ja liiketoimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia voidaan tunnistaa ja niihin voidaan vastata (Viljakainen, Vehmas 2014, 24).

Teknologian kehityksen myötä sanomalehden määritelmä on muuttunut: sanomalehdestä on paperisen lehden lisäksi muovautunut siihen liittyvän verkkolehden sekä sähköisten palveluiden kokonaisuus (Jyrkiäinen 2012, 96). Aiemmin sanomalehti määriteltiin nykyisen paperilehden määritelmällä: ilmestyminen vähintään kerran viikossa, tarkastettu levikki, maksullisuus sekä moni-

puolinen ja ajankohtainen sisältö. (Sanomalehtien liitto 2015, viitattu 14.4.2016.) Tämän päivän sanomalehti on siis fyysisen kaupasta ostettavan tai postiluukkuun kolahtavan tuotteen lisäksi myös monimediaalinen verkkopalvelu. Internet julkaisupohjana avaa journalismille uudenlaisia muotoja viedä lukijakokemusta pidemmälle kuin printissä. ” - - juttuja viedään digitaaliseen ympäristöön, ne saavat potentiaalista lisäarvoa käytettävissä olevista multimedielementeistä, kuten äänistä, videoista, grafiikoista ja kartoista” (Lassila-Merisalo 2014, 153).

Vaikka Internetin alkumetreiltä lähtien on julkaistu myös pitkiä verkkojuttuja, verkkojournalismin alkuaikoina tavoitteena oli mahdollisimman ytimekäs viestin lähettäminen. Ajatus oli perusteltua hitaiden verkkoyhteyksien ja prosessorien aikana, mutta teknologian kehityksen myötä vanhat ideaalit ovat käyneet pätemättömäksi. Lyhyen kirjoittamisen ihanne kuitenkin elää monin paikoin edelleen. (Lassila-Merisalo 2014, 154.) Lyhyet verkkojutut ovat olleet toimitusten hetkittäinen ratkaisu Internetin vaatimaan nopeaan ja kiireiseen julkaisutahtiin. Nykyään nopeammat verkkoyhteydet ovat mahdollistaneet toimituksille Internetin hyödyntämisen monipuolisena julkaisupohjana ja avanneet nopean tiedonsiirron avulla monimedian myös lukijoiden omille tietoteknisille laitteille. Lisäksi sosiaalinen media ja Internet ovat lähentäneet toimituksen ja lukijoiden välistä suhdetta.

Digitaalisen verkkojulkaiseminen myötä uutisvälitys on muuttunut jatkuvasti päivitettäväksi, ympärivuorokautiseksi ja kaikkialla ilmestyväksi. Juttuihin liittyviä videoleikkeitä voidaan katsoa lehtien verkkosivustoilta, sähköisiltä lukulaitteilta ja älypuhelimista. Vuoro-vaikutus tilaajiin ja lukioihin on lisääntynyt ja tihentynyt sosiaalisen median, blogien ja verkkoyhteisöjen lisääntymisen myötä. (Jyrkiäinen 2012, 97).

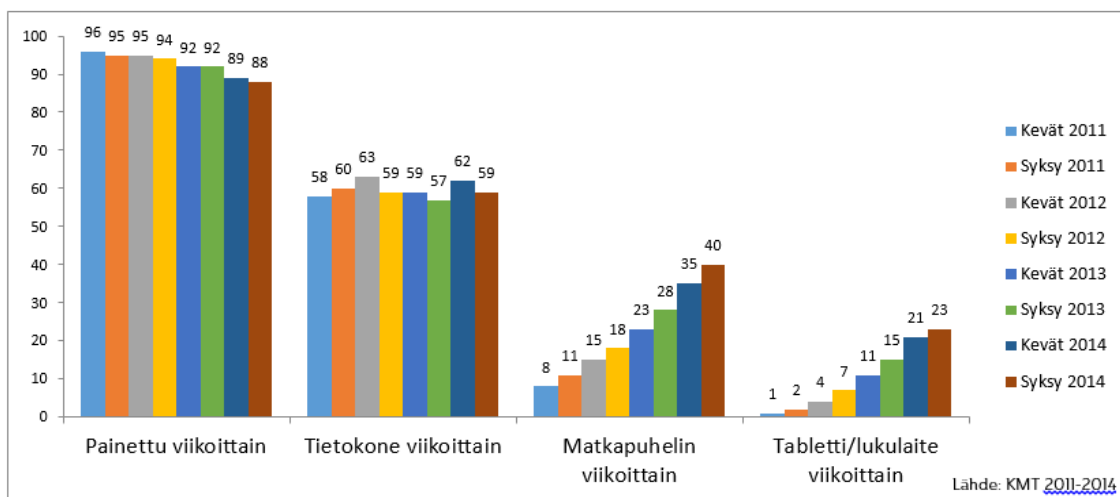
Sanomalehdet aiheuttavat keskustelua lukijoissa ja lukijoiden keskustelu antaa ideoita sanomalehdille.

## **2.2 Lukutottumukset ja -välinetrendit**

Älypuhelimet ja tablet-tietokoneet, nopeammat verkkoyhteydet ja kattavammat mobiiliverkot sekä sosiaalinen media, joukkoistaminen eli lukijoiden mukaan ottaminen sisällön tuotantoon ja pilvipalvelut muuttavat tapoja, joilla sisältöjä luodaan ja jaetaan. - - Mediasisältöjen määrän kasvaessa kuluttajat kohdistavat huomionsa yhä suuremman määrän kanavia. Tähän ilmiöön viitataan usein kuluttajakentän pirstaloitumisena ja kuluttajan vallan kasvuna, sillä kuluttajilla on yhä enemmän valtaa valita, mitä, miten, milloin ja missä he sisältöä kuluttavat. (Viljakainen, Vehmas 2014, 24)

Valta journalismin kuluttamisesta on siis siirtynyt lukijoiden käsiin. Teknologisen kehityksen myötä lukijalla on ympärivuorokautinen mahdollisuus lukea ja katsella mediasisältöä. Perinteisillä media-yhtiöillä on yhä vähemmän mahdollisuuksia vaikuttaa lukijoiden valintoihin, mikä asettaa uudenlaisia haasteita liiketoiminnan kehitykselle (Viljakainen, Vehmas 2014, 24). On mentävä siinä, missä lukijakin on. Eikä enää riitä vain tietokoneelta luettavat www-sivut, vaan on otettava haltuun myös sosiaalinen media sekä mobiiliverkot applikaatioineen.

Vielä reilu kymmenen vuotta sitten vain kolmanneksessa suomalaisista kotitalouksista oli Internet-yhteys. Nykyään tilanne on kääntynyt enemmän kuin päinvastaiseksi. Jopa yhdeksästä kotitaloudesta kymmenestä löytyy nettiyhteys. Internet-liittymiä löytyy jo yhtä paljon kuin televisioita, ellei jo enemmänkin. Pääosin Internet-yhteyden omistavat taloudet, joissa on työssä käyviä tai opiskelevia kuluttajia. (Tilastokeskus 2012a, 44.) Vuonna 2015 älypuhelimien omisti jo 69 prosenttia suomalaisista ja tablet-tietokoneen 42 prosenttia kaikista suomalaisista kotitalouksista. Tablet-tietokoneiden suosio oli noussut noin kolmanneksella vuoteen 2014 verrattuna. (Tilastokeskus 2016, viitattu 4.5.2016.) On oletettavaa, että tablet-tietokoneiden suosio on jatkanut räjähdysmäistä nousuaan myös vuonna 2015 edelleen kuluttajaystävällisemmiksi muuttuneiden hintojen myötä.

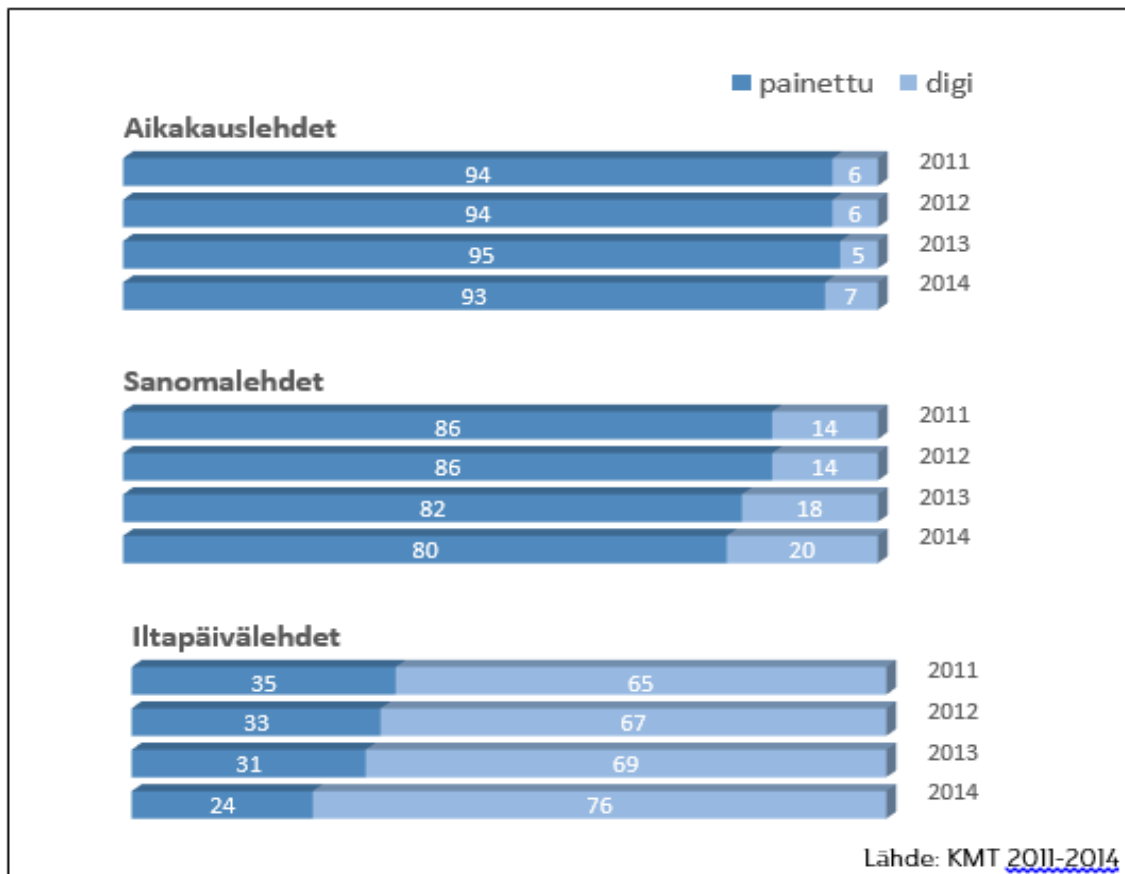


KUVIO 1. Lukuvälinetrendi (Media Audit Finland Oy, 2015. KMT kokonaistavoittavuus 2014)

Vaikka Kansallisen Mediatutkimuksen (KMT) mukaan suomalaisten keskuudessa interaktiivinen median seuraaminen on yleistynyt vuoden 2011 keväästä viisinkertaiseksi vuoden 2014 syksyyn

mennessä (ks. Kuvio 1), se ei ole silti syönyt painetun tuotteen suosiota vastaavissa määrin. Painettua lehteä luetaan vain 8 prosenttia vähemmän kuin neljä vuotta sitten, kun taas matkapuhelimella mediaa luetaan 32 prosenttia enemmän. Myös sanomalehtien lukeminen tablet-tietokoneilla on vakaassa kasvussa ja laitteiden suosion kasvu 2015 vuonna enteilee myös kasvun jatkavan erittäin noususuhdanteisena.

KMT:n kysely osoittaa myös, että suomalaiset nauttivat sanomalehtensä edelleen mieluummin printtinä kuin verkosta (ks. Kuvio 2). Vaikka mobiililaitteiden suosio on kasvanut huomasti, ei se ole samaa tahtia syönyt printtisanomalehtien suosiota. Painetun sanomalehden suosio on laskenut vuodesta 2011 vain kuusi prosenttia suhteessa digi-versioon suosioon. Neljä viidestä suomalaisesta nauttii edelleen sanomalehtensä mieluiten printtinä.



KUVIO 2. Lukuvälinetrendi (Media Audit Finland Oy, 2015. KMT kokonaistavoittavuus 2014)

Tilastot ovat kuitenkin olleet printin puolesta laskeva suhdanteisia koko 2000-luvun eivätkä kotimaiset sanomalehdet ole voineet sivuuttaa tapahtunutta muutosta. Sanomalehdet ovat joutuneet,

ja joutuvat edelleen, miettimään kuumeisesti, kuinka pitää lukijoista kiinni alati Internet-keskeisemmässä maailmassa. Tämän seurauksena sanomalehdet panostavat enemmän myös digitaaliseen sisältöönsä.

### 2.3 Digitaalinen ympäristö tuo lisäarvoa ja lukijoita

Kun tarinallisia juttuja viedään digitaaliseen ympäristöön, ne saavat potentiaalista lisäarvoa käytettävissä olevista multimediaelementeistä, kuten äänistä, videoista, grafiikoista ja kartoista. Läs-näolo verkossa tuo sekin uusia piirteitä paperiseen julkaisuun verrattuna: mahdollisuuden tulla jaetuiksi ja luoda keskustelua, levitä jopa viraali-ilmiöksi. (Lassila-Merisalo 2014, 153)

Internet on kieltämättä uniikki julkaisupohja journalismin historiassa. Se on väline, joka vie journalistisen viestin hetkessä ympäri maapallon. Se on väline, joka ei unohda. Se on väline, jolla yhdistyvät kaikki perinteiset median muodot printistä radioon ja televisioon. Se avaa sanomalehdelle aivan uudenlaisia ovia.

Paperisen sanomalehden aikaan sanomalehti tavoitti vain lukijoita levikkialueeltaan. Digitaalinen ympäristö mahdollistaa sen, että sanomalehti on tavoitettavissa ympäri maailman. Esimerkiksi Rovaniemeltä Madisoniin Yhdysvaltojen Wisconsiniin muuttanut lukija, Eino Esimerkki (fiktiivinen henkilö), voi nyt nauttia rovaniemeläisen maakuntalehden Lapin Kansan näköisversiosta verkossa myös Atlantin takaa. Mielenkiintoisimmat Lapin Kansan jutut Eino Esimerkki on toki jo lukenut, sillä hänen vanhat luokkakaverinsa Rovaniemeltä ovat jakaneet ne jo Facebookiin.

Lisäksi sanomalehdillä on mahdollista antaa jutuilleen lisäarvoa netissä. Monimediaalisin elementin lukija on mahdollista tuoda vielä lähemmäs tapahtunutta. Kuvan sanotaan kertovan enemmän kuin tuhat sanaa. Voi siis vain kuvitella, kuinka monta tarinaa kirjoitetun jutun liitteeksi lisätty video tai kuvagalleria kertoo.

### 3 SANOMALEHTIEN VIDEOT

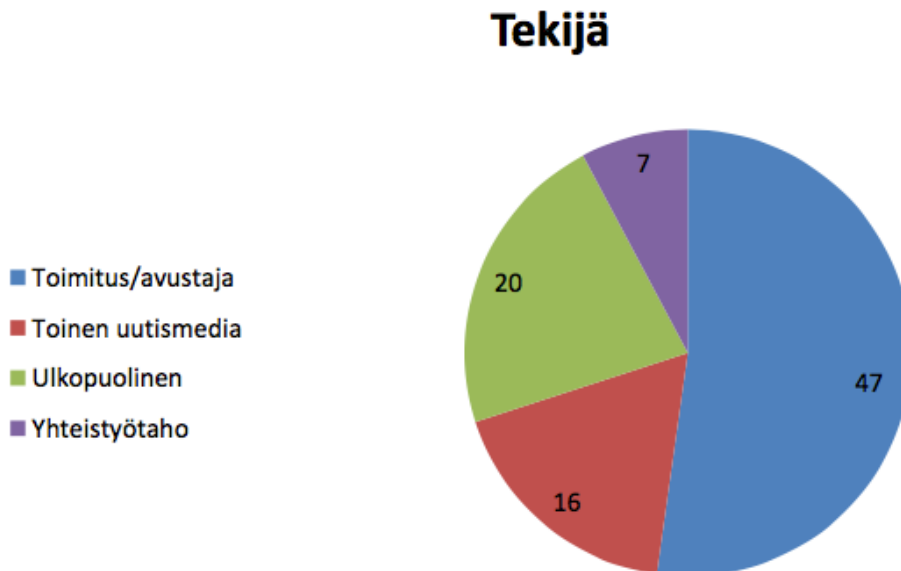
Oman lukijakokemukseni pohjalta suomalaiset toimitukset ovat ottaneet kohtuullisen hyvin kiinni mahdollisuudesta julkaista Internetissä monipuolisempaa materiaalia ja videoita. Esimerkiksi Yle Oulu lähentää suhdettaan lukijoihinsa ja kuuntelijoihinsa julkaisemalla Facebook-sivuillaan päivittäin videoita, joissa toimittajat puhuvat muun muassa päivän uutisaiheista. Jo valmiiksi monimediaalisille toimituksille, kuten Yleisradion toimitukset, on videoiden ottaminen osaksi arkea huomattavasti helpompaa kuin printtiin tottuneille sanomalehdille; heidän toimituksissaan työskentelee jo videokuvaustaitoisia toimittajia sekä varsinaisia videokuvaajia. Sanomalehdissä tilanne on toinen.

#### 3.1 Videot ja niiden tekijät

Suomalaisten sanomalehtien videot kokivat päivänvalon suuremman yleisön silmissä vuonna 2006. Tätä ennen oltiin tehty joitakin kokeiluja, mutta varsinainen videoiden aalto lähti liikkeelle vasta vuonna 2006. Sanomalehtien videot kuitenkin hakivat vielä omaa muotoaan eikä sanomalehdillä ollut kovin merkittäviä perusteita, miksi videoita tehtiin. Videoiden avulla päästiin hyödyntämään uusien tekniikoiden antamia mahdollisuuksia ja niiden koettiin olevan osa tulevaisuutta. Varhaisessa vaiheessa videoita kokeilevat sanomalehtitoimitukset halusivat olla alusta alkaen mukana aallonharjalla, kuten kansainväliset pioneerit. (Mäenpää, Männistö 2009, 48.) Voimme siis sanoa videoiden juhlivan 10-vuotissyntymäpäiväänsä tämän tutkielman teko- ja julkaisuvuonna. Jo vuonna 2006 videoiden kelkkaan nousseet toimitukset enteilivät oikein. Videot ovat edelleen vakiintuva osa nykyaikaista journalismia ja sanomalehtiä.

Vielä 2008 vuonna sanomalehtitoimituksille oli varsin epäselvää, kenen tehtävä on tuottaa verkkoon tulevat videot. Osittain pidettiin selvänä, että tehtävä olisi valokuvaajien, sillä kehittyneet digijärjestelmäkamerat mahdollistivat sekä still- että videokuvauksen yhtä aikaa. Toisaalta, suuren maailman videojulkaisemisen pioneerinakin pidetty, Washington Post oli juuri saanut valmiiksi laajan projektin toimittajien videokuvaustaitojen koulutukseen liittyen. Washington Post kävi läpi prosessin, jossa sen koko 140-päinen toimittajakunta koulutettiin videoiden tekemiseen. (Mäen-

pää, Männistö 2009, 28-30.) Toimitusten sisällä mietittiin ankarasti, kenen tehtävä videoiden tuottaminen on. Samaan aikaan videoita myös tilattiin ulkopuolisilta tahoilta ja niitä saatiin käyttöön myös konsernin sisältä sekä lukijoilta.



*KUVIO 3 .Videoiden tekijät toimituksissa vuonna 2013 (Lähde: Lahola 2014, 72)*

Vielä vuonna 2013 vain reilu puolet videoista tehtiin lehtien omissa toimituksissa (ks. Kuvio 3). On kuitenkin huomioitava, että kyseinen kuvio on peräisin Laholan pro gradu -tutkielmasta, jossa ei erikseen eritellä, kuka toimituksen sisällä videot tekee. Tutkimuksessaan Lahola paneutuu videon tekijöitä enemmän niiden sisältöön ja käyttöön. Oletan, että videoiden edelleen yleistyessä, toimitukset ovat panostaneet yhä etenevässä määrin toimituksen itsensä tekemisiin videoita.

### **3.2 Moniosaamista vai osa työnkuvaa?**

Julkisuudessa ja politiikassa puhutaan paljon media-alan ylikoulutuksesta. Aloituspaiikkoja on karsittu sekä ammattikorkeakoulun että toisen asteen tasolla. Opetus- ja kulttuuriministeriö onkin kehittämissuunnitelmissaan esittänyt viestintä- ja informaatiotieteiden aloituspaiikkojen karsimisesta vuoden 2009 tilanteesta eli 2400 paikasta alle puoleen vuoteen 2016 mennessä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012, 69).

Vaikka varsinainen journalismin koulutusohjelma ei ole ollut aloituspaikkojen karsinnassa pääkoh- teena, on alalle kouluttautuvien syytä miettiä, kuinka erottua ylikoulutetuksikin kutsutun alan työ- markkinoilla edukseen. Olen itse kuullut puhuttavan paljon harrastuneisuuden merkityksestä. Harrastuneisuudella tarkoitan omien vahvuuksien ja taitojen ylläpitämisestä myös vapaa-ajalla kuten myös vapaa-ajan harrastuksien myötä kertyneiden taitojen hyödyntämistä työn puolella.

Vielä 2010 aloittaessani journalismin opinnot Oulun ammattikorkeakoulussa, puhuttiin kuinka esimerkiksi urheilua kannattaa kehittää omana journalistisena erityisosaamisen alanaan. Nyky- ään puhe on siirtynyt Internetin puolelle. Datajournalismi on lisätty uutena aiheena jo ainakin Ou- lun ammattikorkeakoulun sekä Jyväskylän yliopiston viestinnän koulutuksien opetussuunnitelmiin ja verkko edellä -linjaa painotetaan opinnoissa enenevässä määrin.

Internet ja digitalisoituminen vaikuttavat suoraan myös toimitusten työntekijän valintaan liittyviin kriteereihin. Varsinkin pienissä välineissä toimittajan työnkuva on laaja, kun taas suuremmissa työnjako on eriytyneempi ja eri tehtäviin on omat työntekijänsä (Huovila 2004, 22). Suuremmissa toimituksissa nettivideoiden tekijäksi voidaan palkata varsinaisen koulutuksen käynyt videokuva- ja, mutta pientoimituksissa tähän ei välttämättä ole varaa. On siis yleisempää, että verraten suur- ten maakuntalehtien toimituksiin pienemmissä sanomalehdissä toimittajan toimenkuva on moni- puolisempi. Siihen voi kuulua perinteisen sanomalehtityön rinnalla myös Internet-sisällön luomi- nen ja videokuvaaminen.

Tahdon tutkimuksellani selvittää, tekevätkö videokuvaustaidot sanomalehtitoimittajasta mo- niosaajan vai onko videokuvaustaitojen rooli arkipäiväistynyt sanomalehtitoimittajan työssä. Sa- nomalehtitoimittajan toimenkuvan muuttuminen onkin yksi tutkimukseni keskeisimpiä teemoja.



## 4 KAHDEN PÄÄTOIMITTAJAN AJATUKSIA VIDEOISTA

Halusin kirjoista ja Internetistä saamani tiedon lisäksi pureutua päätoimittajien ajatuksiin videoista paikallis- ja maakuntalehtitasolla. Aiheesta haastatteluja on viime aikoina antanut Lapin Kansan päätoimittaja Antti Kokkonen sekä Loviisan Sanomien päätoimittaja Arto Henriksson.

### 4.1 Lapin Kansan päätoimittaja korostaa toimittajien videokuvaustaidon merkitystä

Greta Virranniemi haastatteli opinnäytetyön tutkielmaansa Lapin Kansan päätoimittajaa Antti Kokkosta. Tutkielmassaan Virranniemi tiivistää Kokkosen ajatuksia sanomalehtien julkaisemista videoista. Kokkonen kertoo videoiden panostamisen syyntä olevan teknisten edellytysten luomilla mahdollisuuksissa sekä median murroksessa ja kuluttajakäyttäytymisessä. Tekniikan kehitys on tuonut videoiden katselun mahdolliseksi Lapin Kansan kohderyhmälle sekä mahdollistanut myös toimitukselle videoiden tuottamisen aiempaa keveämmin ja helpommin. Kokkosen mielestä videoiden tulisi myös noudattaa samoja laatulehden kriteereitä kuin printtilehden juttujenkin. Kokkonen myös painottaa journalistisen sisällön merkitystä ja sitä, ettei edes teknisesti hyvin toteutetuille videoille ole tarvetta, jos videot ovat sisällöllisesti tyhjänpäiväisiä. (Virranniemi 2014, 36-37). Video itsessään ei siis saa olla videon funktio, vaan videon julkaisulle on löydettävä syy itse videon sisältä. Tämä vaatii videon tekijältä videokuvaustaidon lisäksi myös taitoa tuottaa videon journalistista sisältöä.

Kokkonen kertoo Lapin Kansassa olevan hyvät resurssit videoiden tekoon: toimituksen viidestä valokuvaajasta neljä tekee myös videomateriaalia. Videokuvauksen taito ei kuitenkaan saisi jäädä vaan tiettyjen henkilöiden harteille, vaan myös etenkin toimittajien osaamista pitäisi lisätä; heidän tulisi hallita kuvaamisen perusteet. Teknisen osaamisen lisäksi Kokkosen mielestä pitäisi opetella myös videon tarinankerrontaa. Lapin Kansan suurella levikkialueella on painoarvonsa videokuvauksessakin. Välimatkojen ollessa pitkiä myös aluetoimittajien tulee osata kuvata videoita. (Virranniemi 2014, 38-39).

Toimittajien astuminen myös kameran taakse vaatii myös asennemuutosta. Kokkosen mukaan asenne videokuvaamiseen on jo osin muuttunut, sillä toimittajat ovat alkaneet ymmärtää taistele-

vansa yhdessä alan tulevaisuudesta myös videoiden avulla. Kokkonen kuitenkin näkee, että myös Lapin Kansassa on toimittajia, jotka eivät työurallaan tule osallistumaan videoiden tekoon. Nuorelle polvelle taas videoiden teko on jo luontevaa. Hän kuitenkin kokee, että videotuotantoa täytyy kehittää pääasiassa käytännön kokeilun ja vertaisoppimisen avulla. (Virranniemi 2014, 39-40).

#### **4.2 Loviisan Sanomien päätoimittaja uskoo paikallislehtien live-lähetyksiin**

Myös Loviisan Sanomien päätoimittaja Arto Henriksson on hiljattain pohtinut videoiden ja digitaalisuuden vaikutusta sanomalehtiin, eritoten pienempiin paikallislehtiin. Teknisiin laitteisiin ja tuotteisiin keskittyneelle verkkomedia Vehkeilijät.fi:lle annetussa Youtube-videohaastattelussa Henriksson kertoo Loviisan Sanomien olevan paikallislehdeksi kohtuullisen hyvässä asemassa: vaikka heidän ilmoitustulonsa ovat vetäneet lehden kokonaistuloksen tappiolle, ovat heidän tilaustulonsa kasvaneet ja heidän tilaajamääränsä lisääntyneet viidenneksellä. Henriksson kutsuu paperilehden hiipumisen ja digitaalisen median kasvun välissä sanomalehtiä riepottelevaa 3-5 vuoden ajanjaksoa runollisesti kuolemanlaaksoksi. Hän kokee, että taantumanomainen kuolemalaakso ratkaisee, mitkä toimitukset jäävät murroksesta selviävät ja mitkä eivät.

Vehkeilijät.fi:n haastattelussa Henriksson näkee myös sosiaalisen median paikallislehden haastajana ja voimavarana. Kun sosiaalista mediaa ei voi voittaa, on viisainta etsiä ratkaisuja, joilla voi tehdä yhteistyötä sosiaalisen median kanssa. Panostamalla luotettavuuteen paikallislehti voi kääntää sosiaalisen median voimavarakseen.

Perinteisen median tulee hyödyntää sosiaalisen median ominaisuuksia ja ennen kaikkea sitä volyyymiä, ihmismäärää, joka siellä liikkuu. Jos jossain palaa tai tapahtuu jokin merkittävä tapahtuma, siellä on hyvin äkkiä 30 sosiaalisen median havainnoijaa ja yksi perinteisen median havainnoija. Me uskomme siihen, että suuri yleisö luottaa Loviisan Sanomat -brändiin, niin että meidän kanavan kautta tulee harkittua ja punnittua sisältöä - - nimenomaan ainoa keino meillä on panostaa tiedonsisällön luotettavuuteen. (Vehkeilijät.fi 2016, viitattu 20.04.2016)

Henriksson kokee nimenomaan suorien live-lähetyksien olevan perinteiselle medialle keino kilpailla nopeudessa sosiaalisen median videoille. Tapahtumapaikalla kuvatussa live-lähetyksessä on kuitenkin aina mukana Loviisan Sanomien palvelulupaus lukijoilleen seurata tapahtumaa ja kerätä sitä tietoa luotettavasti.

Henriksson painottaa, ettei paikallislehti saa myöskään hylätä paikallisuuttaan. Valtakunnallisella ja maakunnallisella tasolla tuotetaan paljon samanlaista sisältöä. Esimerkiksi eduskuntauutiset ovat varmasti tarjolla useammalta alueelliselta medialta. ” -- kun mennään paikalliselle kylätasolle ja kuntatasolle, urheiluseuratasolle seurakuntatasolle tai eli lähelle ihmistä, niin siellä sisällöntarjoajia ei ole kuin yksi tai kaksi.”

Eritoten Henriksson näkee digitaalisuuden tärkeänä osana myös paikallislehden tulevaisuutta: ”Näköpiirissä on, että uudet digitaaliset palvelut vähitellen kääntävät kassavirran plussalle samalla, kun perinteisen median tulot heikkenevät. Kyllä alalla ja minäkin uskon vahvasti siihen, että tulevaisuus on digitaalinen ja digitaalisuus tulee pelastamaan myös paikallislehdet!” (Vehkeilijät.fi 2016, viitattu 20.04.2016).

## 5 AINEISTOT JA MENETELMÄT

Tutkimustehtäväni on selvittää hyvät videokuvaustaidot omaavan toimittajan sekä itse videoiden tämän hetkinen rooli sanomalehtitoimittajien työelämässä sekä lähitulevaisuudessa. Tutkimuskysymyksinäni ovat siis, mikä jalansija videokuvaamisella nykyajan sanomalehtitoimittajan työssä on nyt ja viiden vuoden kuluttua, kuinka paljon sanomalehtitoimitukset arvostavat videokuvaustaidon omaavaa toimittajaa ja voidaanko videokuvaavaa sanomalehtitoimittajaa enää ylipäättänsä pitää moniosaajana vai onko siitä tullut jo osa työnkuvaa.

Tarkoitukseni on laadullisten tutkimusmenetelmien avulla ja paikallislehtien päätoimittajille lähetetyn kyselyn kautta löytää vastauksia, jotka kumpuavat todellisten sanomalehtitoimitusten sisältä. Kiinnostavaa olisi ollut ottaa tutkimukseen mukaan myös suuremmat maakuntalehtien toimitukset, mutta päätin rajata aineistoni koskemaan pienempilevikkisiä ja paikallisempaan journalismiin painottuvia sanomalehtiä. Oletan, että juuri pienissä ja keskisuurissa sanomalehtitoimituksissa videoiden sekä niiden tekijöiden rooli on ainakin osittain vielä hieman murrostilassa.

### 5.1 Tutkimustehtävä ja -menetelmät

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen. Laadullisella tutkimuksella pystyn hahmottamaan syitä tulosten mahdollisille keskinäisille poikkeavuuksille eli todellisuuden moninaisuudelle kuitenkin sanoutumatta irti omista arvolähtökohdistani tutkijana. (Hirsjärvi ym. 2009, 161). Laadullinen tutkimus antaa mahdollisuuden tutkia ja hankkia tietoa luonnollisista, todellisista tilanteista suomalaisissa sanomalehtitoimituksissa. Kyselylomakkeella kerätyn aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu sekä kohdejoukon, kyselyn vastaanottajien, tarkoituksenmukainen tekevät laadullisesta tutkimuksesta perustellun valinnan (Hirsjärvi ym. 2009, 164).

Laadullinen tutkimus antaa tutkielmälleni mahdollisuuden selvittää, mitä juuri keskikokoiset ja pienet sanomalehtitoimitukset ajattelevat videoista sekä niiden osasta sanomalehtitoimittajan työtä juuri tänä päivänä. Lisäksi laadullinen tutkimus mahdollistaa suunnitelmien mukautumisen ja joustavan toteutumisen tutkimuksen resurssit ja toteutukseen käytettävissä olevan ajan ehdoilla (Hirsjärvi ym. 2009, 164). Laadullinen tutkimus mahdollistaa myös mielekkään tutkimuksen, vaik-

ka aineistonkeruumenetelmäksi valitun kyselyn ongelmaksi muodostuisi vastaamattomuus, sillä laadullisen tutkimuksen ei ole tarkoituskaan yleistää (Tuomi, Sarajärvi 2009, 74).

## 5.2 Aineiston kerääminen

Aineiston keräämiseksi valitsin yhden laadullisen tutkimuksen yleisimmistä aineistonkeruumenetelmistä eli kyselyn. Toteutan kyselyn teemahaastattelunomaisesti, yhdistäen sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä. Teemahaastattelu mahdollistaa kyselyn etenemisen etukäteen valittujen teemojen varassa. Teemahaastattelu auttaa kyselyn rakenteellisessa muodostuksessa, mutta lisäksi sen avulla on mahdollista kerätä merkityksellisiä uusia näkökulmia tutkimuksen tarkoituksen ja tutkimustehtävän mukaisesti (Tuomi, Sarajärvi 2009, 75). Teemallisuuden avulla voin siis tutkijana löytää aineistosta myös näkökulmia, joita tutkimuksen lähtökohdissani en vielä ole osannut ottaa huomioon. Sen avulla pystyn selvittämään, mitä vastaajat ovat mieltä videoiden ja videokuvaavan toimittajan roolista sanomalehdessä, sanomalehtitoimittajan toimenkuvan muutoksista, moniosaajan määritelmästä sekä videokuvaamisen ja sanomalehtitoimittajan työn merkityksen muutoksista tulevaisuudessa.

Valitsin avoimiin ja vapaamuotoisiin kysymyksiin painottuvan kyselyn saadakseni subjektiivisia ja henkilökohtaisia kuvaavia vastauksia. Avoimet kysymykset sallivat vastaajan ilmaista itseään omin sanoin sekä osoittavat, mikä on vastaajan itsensä mielestä tärkeää. Käytän kyselyssäni lisäksi muutamia monivalintakysymyksiä sekä yhtä skaaloihin perustuvaa kysymystä. Monivalintakysymyksillä on helppo tuottaa vastauksia, jotka taipuvat kaavioiksi. Lisäksi monivalintakysymykset sekä avoimet kysymykset tukevat toisiaan vastausten tulkinnassa (Hirsjärvi ym. 2009, 201). Skaaloihin eli asteikkoihin perustuvalla kysymyksellä kartoitan tutkimuskysymykseni sijaa suuremmassa mittakaavassa, tarkastellen videoita laajemmasta näkökulmasta osana sanomalehtitoimittajan osaamista. Muotoilen kyselyn standartoidusti eli kysymykset esitetään kaikille vastaajille täsmälleen samalla tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193.)

### 5.3 Aineiston analysointi

Analyysimenetelmäksi muotoutui sisällönanalyysi, jonka avulla pyrin saamaan aineistostani sekä videokuvauksesta ilmiönä sanomalehtitoimittajan työssä tiivistetyn ja yleisluotoisen kuvauksen vastauksena tutkimustehtävääni (Tuomi, Sarajärvi 2009, 103). Muodostan sisällönanalyysini teorialähtöisin keinoin eli aineiston analyysiä ohjasi valmis, aikaisemman tiedon perusteella muodostettu teoria videokuvauksen nousemisesta osaksi sanomalehtitoimittajan työtä. Analyysin avulla etenen tästä yleisestä käsityksestäni tulkitsemaan yksilökohtaisesti kyselyyni vastanneiden sanomalehtien käsityksiä videokuvauksesta osana sanomalehtitoimittajan työtä (Tuomi, Sarajärvi 2009, 115). Teorialähtöisen sisällönanalyysin taustalla on usein kyse aikaisemman tiedon testaamisesta uudessa kontekstissa (Tuomi, Sarajärvi 2009 97). Aikaisemman empiirisen ja kirjallisen tiedon perusteella videoista on tullut osa sanomalehteä ja sanomalehtitoimittajan työtä. Laadullisella kyselytutkimuksella siis testasin, ovatko sanomalehdet itse tätä mieltä, eli ovatko videot osa sanomalehtitoimittajan roolia vai toimittajan moniosaamista ja millaiseksi niiden tulevaisuus sanomalehdissä koetaan. Redusoin ja teemoitan aineistoa helpottaakseni sen käsittelyä ja tulkin-taa.

Redusoimalla analysoitavan informaation, eli pelkistämällä aineiston, voidaan karsia aineistosta tutkimukselle epäolennainen osa pois (Tuomi, Sarajärvi 2009, 109). Aineistoa pelkistämällä korostan siis tutkimukselle tärkeämpää informaatiota. Pelkistämällä aineistoa pystyn siis suodattamaan ylimääräisen, tutkimukseni kannalta epäolennaisen, tiedon analysoidessani esimerkiksi skaaloihin perustuvan kysymyksen (ks. Liite 1, kysymys 7) vastauksia. On tutkimukseni kannalta epäolennaista analysoida pelkkää vuorovaikutustaitojen ja journalistisen erikoisosaamisen merkitystä sanomalehtitoimittajan palkkaamisessa, mutta niiden merkityksen vertaaminen videokuvauksustaitoihin on olennainen tieto.

Redusoinnin jälkeen teemoitan aineistoa. Teemoittamisessa on kyse aineiston pilkkomisesta ja ryhmittelystä erilaisten aihepiirien mukaan sekä tiettyjä teemoja kuvaavien näkemysten etsiminen aineistosta (Tuomi, Sarajärvi 2009, 93). Koska itse aineistonhankinnassa käytetty kysely on jo pääosin jäsenelty, on aineiston teemoittamisessa luonnollinen ja suhteellisen helppo tapa toimia.

## 6 KYSELY SANOMALEHTIEN PÄÄTOIMITTAJILLE

### 6.1 Kyselyyn valikoituneet sanomalehtitoimitukset

Valitsin toimitukset Sanomalehtien Liiton jäsenlistalta maakunnittain. Ajatuksena valinnoille oli, että otannassa olisi jokaisesta maakunnasta yksi tai useampi alue- ja paikallislehti. Rajasin valikoitujen toimitusten sanomalehtien julkaisukieleksi suomen kielen. Lukumääräisesti kyselyyn vastaanottajamääräksi muotoutui resurssieni perusteella 35 toimitusta.

Laadullisessa tutkimusmenetelmässä kohdejoukko on mahdollista valita tarkoituksen mukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen (Hirsjärvi ym. 2009, 164). Tutkimusmenetelmäni antoi minulle siis mahdollisuuden rajata kyselyn vastaanottajien joukkoa. Koska käsitelen tutkimukseni sanomalehteä paperisen lehden eli printin sekä siihen liittyvän verkkolehden sekä sähköisten palveluiden kokonaisuutena, asetan kyselyn vastaanottaville toimituksille tiettyjä kriteerejä.

Ensinnäkin sanomalehdellä tulee olla vähintään kaksi kertaa viikossa ilmestyvä maksullinen paperinen lehti, jotta lehden toimituksen koko ei jäisi turhan pieneksi. Toiseksi kriteeriksi asetin säännöllisesti, vähintään kahdesti viikossa päivitettävät verkkosivut. Verkkosivut saavat koostua näköislehdestä, kokonaan verkossa julkaistavista numeroista, verkkojulkaisuista sekä muista journalistisista sähköisistä palveluista. Koen aktiiviset verkkosivut edellytyksenä mielekkään tutkimuksen tekemiseksi, koska nimenomaan Internet on sanomalehtien videoiden julkaisualusta. Kriteereiden perusteella sanomalehtiä valikoitui lopulta pienemmistä maakunnista vähintään yksi ja vastapainona suuremmista jopa kolme kappaletta.

### 6.2 Vastaanottajina päätoimittajat

Valitsin kyselyyn vastaanottajiksi sanomalehtitoimituksien päätoimittajat ja vastaavat päätoimittajat. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan ilmiötä tai tapahtumaa ja pyritään antamaan sille teoreettisesti mielekäs tulkinta. Täten on tärkeä valita kyselyyn vastaanottajat niin, että he tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon ja heillä on mahdollisimman paljon kokemusta asiasta (Tuomi, Sarajärvi 2009, 85). Koska tutkimuksessani käsitellään sanomalehtitoimit-

tajan työtä, sanomalehtien päätoimittajat olivat mielestäni luonnollinen valinta. On oletettavaa, että juuri päätoimittaja on sanomalehden yleissisällön määrittäjä ja mahdollisena toimituksen työnjohdollisena esimiehenä on perusteltu valinta (Kuutti, 2016, viitattu 20.4.2016).

### **6.3 Kyselyn toteutus ja sisältö**

Kyselyn teknisen toteutuksen hoidin Webropol-verkkopalvelun kautta. Webropol mahdollistaa miellyttävän ulkoasun kyselylle sekä auttaa analysointivaiheessa luomalla valmiita raportteja sekä kaavioita vastauksista. Webropolin valmiit kaaviot ovat siistejä, selkeitä ja käytettävissä sellaisinaan tutkielmassa.

Webropolin avulla loin lähetelistan vastaanottajien sähköposteista sekä saatekirjelmän, jossa oli sähköinen linkki kyselyyn vastaamiseen. Lähetekirjelmässä kerroin lyhyesti kyselyn tarkoituksen ja tärkeyden korostaen sen olevan osa opinnäytetyön tutkielmaa. Madaltaakseni vastauskynnystä ilmoitin vastaanottajilleni käsitteleväni vastaukset tutkimuksessani anonymisti. Ohjeistin myös, että kyselyyn voi vastata vastaava päätoimittaja ja päätoimittaja.

Kyselyn itsessään halusin pitää yksinkertaisena sekä riittävän lyhyenä, noin 15 minuutissa täytettävänä. Lopulliseen kyselyyn päätyi 15 kysymystä, jotka koostuivat eri teemoista: sanomalehden rakenne, työntekijät ja verkkojulkaisun nykytila, Internetin vaikutus ja muutokset sanomalehtitoimittajan työssä, moniosaajan määritelmä ja hyödyntäminen sekä arvio tulevaisuudessa tapahtuvista muutoksista. Lisäksi mukana oli monivalintakysymys, jossa kartoitin viisiportaisella asteikolla, mitä ja kuinka usein sanomalehdet julkaisevat verkkosivuillaan, sekä skaaloihin perustuva kysymys, jolla arvioitiin videokuvauksen merkitystä suhteessa muuhun journalistiseen osaamiseen.

Vastauksien kerääminen ajoittui haastavaan ajankohtaan, pääsiäispyhien yhteyteen, joten kyselyn täyttämiseen kuluva aika oli mielestäni hyvä pitää kohtuullisena. Suunnittelin antavani vastausaikaa kyselylle kahden viikon verran, mutta kahden viikon jälkeen vastauksia ei ollut kertynyt vielä mielestäni tarvittavaa määrää ja annoin lisävastausaikaa vielä viikon verran. Muistutuskirjelmän lähetin kahdesti: viikon jälkeen ensimmäisen kirjelmän lähetyksestä sekä alkuperäisenä kyselyn sulkeutumispäivänä.



## **7 KYSELYN VASTAAJAT JA TOIMITUKSET**

Tässä luvussa avaan hieman kyselyni vastaajien taustaa sekä sanomalehtitoimituksia, missä vastaajat työskentelevät.

### **7.1 Kyselyyn vastanneet**

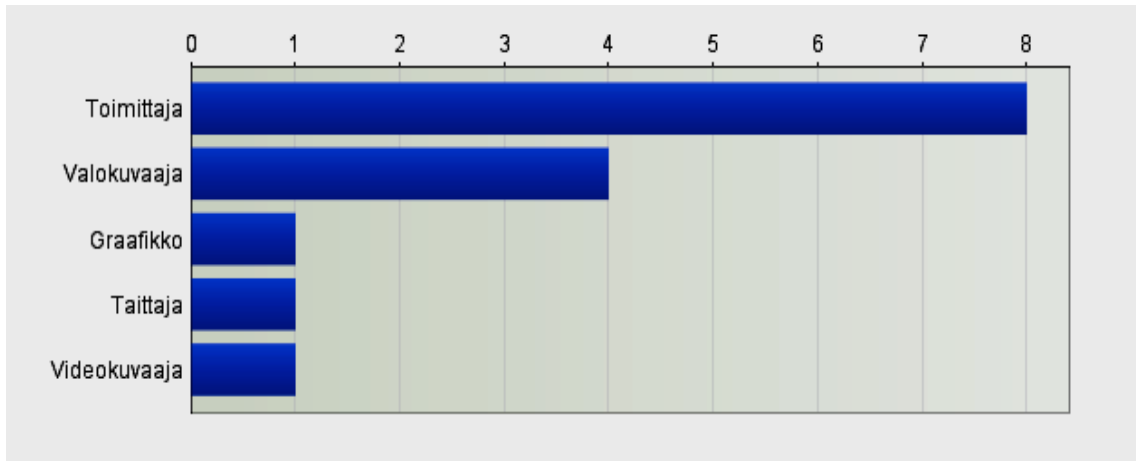
Osoitin kyselyni Internetistä löytämieni tietojen perusteella joko sanomalehtien päätoimittajille tai vastaaville päätoimittajille. Kyselykutsussa ohjeistin vastaanottajaa vastaamaan kyselyyn joko itse tai ohjaamaan kyselyn vastaavissa tehtävissä toimivalle kollegalleen. Vastaajista seitsemän työskenteli sanomalehden päätoimittajina ja kahdeksas vastaaja oli siirtymässä toimituspäällikön tehtävistä vastaavan päätoimittajan tehtäviin. Maakunnittain päätoimittajia ja sanomalehtitoimituksia oli edustettuna Etelä-Karjalasta, Kymenlaaksosta, Pirkanmaalta, Pohjois-Pohjanmaalta sekä Varsinais-Suomesta.

Osoitin kyselyni 35 sanomalehden päätoimittajalle ja vastauksia sain kahdeksan kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui siis noin 23 prosenttia. Laadullisin menetelmin tehtävälle tutkimukselle prosentti on riittävä, joten voin jatkaa tutkimustani.

### **7.2 Toimituksien koko ja ammattiryhmät**

Kyselyäni tehdessä asetin sanomalehtitoimituksille kaksi kriteeriä. Niiden koon tuli olla tutkimukseni kannalta järkevä, eli rajasin Suomen suurimmat sanomalehtitoimitukset ulos olettaen, että heillä on resursseja palkata myös erikseen videokuvaaja. Lisäksi kyselyn vastaanottaneilla toimituksilla tuli olla vähintään kahdesti viikossa päivitettyä ilmaista tai maksullista sisältöä verkkosivuillaan. Verkkosivujen aktiivisuus rajasi sanomalehtitoimituksia siis myös pienempien toimituksien päästä. Tämä näkyy myös kyselyyn vastanneissa toimituksissa työskentelevissä ammattiryhmissä. Toimituksien rakenteita selvitin kyselylomakkeessani suljetuilla kysymyksillä.

Kyselyyn vastanneista toimituksista pienin oli neljän työntekijän toimitus ja suurimmassa työskenteli noin 20 henkilöä. Keskimäärin toimitusten koko oli 8-9 henkilöä. Selkeämpi hajonta toimituksiin tuli, kun vastaajat jakoivat työntekijänsä ammattiryhmiin.



KUVIO 4. Vastaajien sanomalehtitoimituksien ammattiryhmien edustus.

Ammattiryhmät jakoivat sanomalehtitoimitukset kahteen yhtä suureen ryhmään. Täysin toimittajista koostuvia toimituksia oli puolet eli neljä vastanneiden sanomalehtien toimituksista (ks. Kuvio 4.). Nämä neljä toimitusta olivat myös työntekijämäärältään neljä pienintä toimitusta. Neljässä suuremmissa toimituksissa työskenteli toimittajien lisäksi ainakin yksi valokuvaaja. Toimittajien ja valokuvaajien lisäksi yhdessä lehdessä työskenteli myös taittaja ja yhdessä graafikko sekä videokuvaaja. Koin jopa hieman yllättäväksi, että vastanneiden sanomalehtitoimitusten kokoisista toimituksista löytyi myös toimitus, joka on palkannut varsinaisen videokuvaajan. Tämä osoittaa, että videoiden tekemiseen on panostettu.

## 8 VERKOSSA JULKAISEMINEN JA NETTIVIDEOT

Vastanneista sanomalehtitoimituksista seitsemän julkaisee videoita Internetissä. Yksi vastaaja ilmoitti, ettei heidän toimituksensa julkaise videoita. Tässä luvussa erittelen vastausten perusteella, miten sanomalehtitoimitukset käyttävät videoita, kuka ne heille tekee ja mikä vaikutus videoilla on ollut heidän lukijamääriinsä.

### 8.1 Sanomalehtien verkkosivut ja niillä julkaistava materiaali

Yhtenä kriteerinä kyselyyn valikoituneilla toimituksilla oli aktiivinen julkaiseminen verkkosivuilla. Jokainen vastannut toimitus julkaisee vähintään viikoittain verkkosivuillaan näköislehden eli paperisen lehden näköisversion. Jokainen sanomalehti myös ilmoitti julkaisevansa kuvia päivittäin verkkosivuillaan (ks. Taulukko 1).

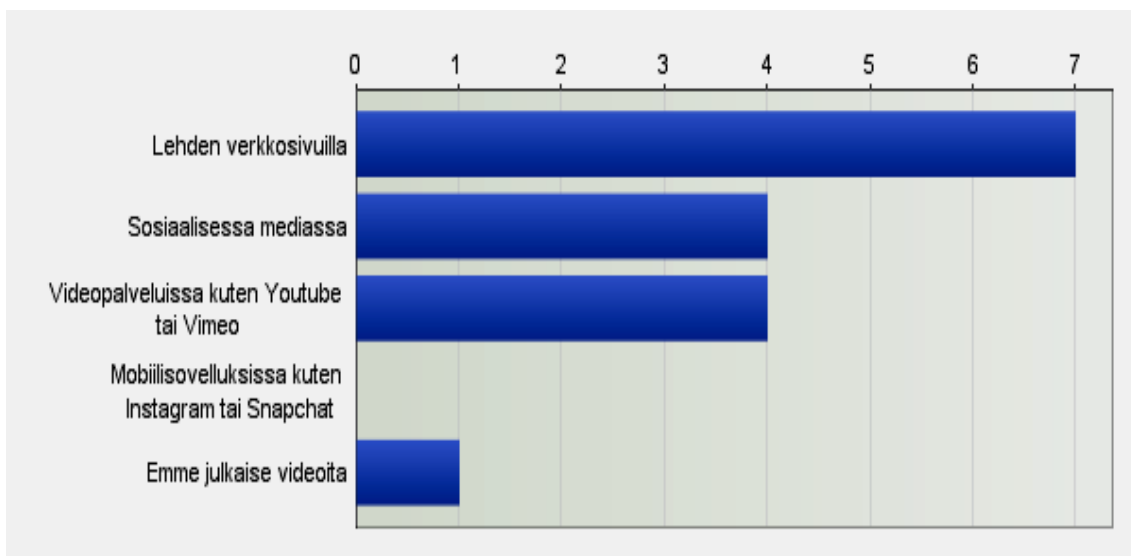
TAULUKKO 1. Kuinka usein sanomalehdet verkkojulkaisevat eri materiaalia verkossa.

	Päivittäin	Viikottain	Kuukausittain	Alle 10 kertaa vuodessa	Ei lainkaan	Yhteensä
Näköislehti	2	6	0	0	0	8
Kuvia	8	0	0	0	0	8
Videoita	0	6	1	0	1	8
Kuvagallerioita	0	3	2	2	1	8
Monimediajulkaisuja (tekstiä, ääntä, kuvaa ja/tai videokuvaa yhdisteleviä julkaisuja)	1	1	2	1	3	8
<b>Yhteensä</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>48</b>

Kuukausittain kuvagallerioita julkaisee sanomalehdistä viisi, eli yli puolet. Vain yksi sanomalehti ilmoitti, etteivät he julkaise lainkaan kuvagallerioita. Lukijakokemukseni mukaan vielä muutamia vuosia sitten kuvagalleriat olivat trendikäs tapa julkaista sisältöä verkkosivuilla. Suorittaessani työharjoittelua Yle Oulun toimituksessa keväällä 2013 minua ja toimituksen työntekijöitä rohkaisiin julkaisemaan kuvagallerioita varsinkin dokumentaationa erilaisista tapahtumista kuten opiske-

lijoiden vapusta. Kun vertaa kyselyyn vastanneiden sanomalehtien videoiden ja kuvagallerioiden julkaisumääriä, voi päätellä kuvagallerioiden menneen trendinä jo ohi. Sanomalehdet ovat siirtyneet tekemään enemmän videoita kuin perinteisiä kuvagallerioita.

Jokainen videoita julkaiseva toimitus käyttää julkaisupohjanaan omia verkkosivujaan (ks. Kuvio 5). Sanomalehden omat sivut ovatkin mielestäni sopivin kanava jakaa toimitettuja videoita, joilla on uutisarvoa ja joiden tarkoitus on herättää erityisesti luottamusta.



KUVIO 5. Sanomalehtien videoiden julkaisupohjat.

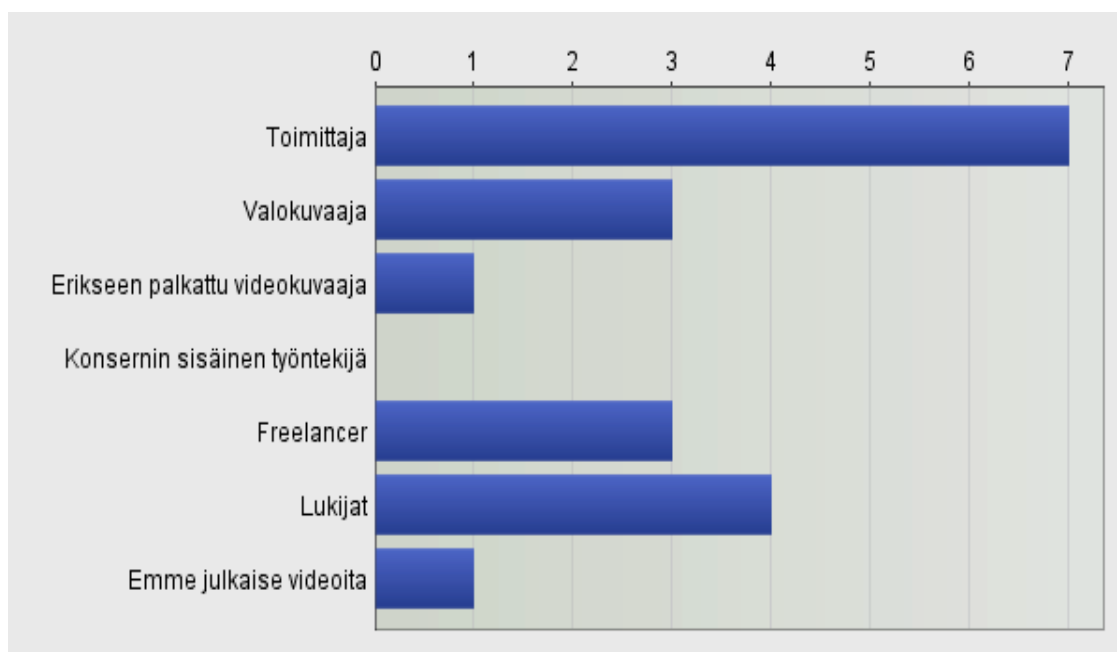
Puolet vastaajista käyttävät myös sosiaalista mediaa ja videopalveluita videoidensa julkaisuun. Sosiaalinen media Facebook ja videopalvelu Youtube kulkevatkin helposti käsi kädessä. Youtuben sanomalehden kanavalle ladattu video on helppo jakaa sosiaaliseen mediaan, jossa lukijoiden on Youtubea helpompi törmätä videoon. Youtubesta on hyötyä myös arkistointimielessä. Omalle kanavalle ladatut videot pysyvät tallessa yhdessä paikkaa ja lukijan on helppo selata sekä löytää sanomalehden vanhempiakin videoita. Youtuben avulla sanomalehden on myös helppo seurata videoidensa katselukertoja kuten luvussa 8.3 tulemme huomaamaan.

## 8.2 Kuka tekee videot?

Kuten jo toimitusten rakenteista pystyy päättelemään, on toimitusten toimittajilla suuri rooli julkaitavan materiaalin tuottamisesta.

Koska vastanneiden toimitusten koot vaihtelivat neljästä yli kahteenkymmeneen, on myöskin oletettavaa, että sanomalehden videoiden tekijöissä on hajontaa. Kyselyssä selvitin suljetulla monivalintakysymyksellä, ketkä tekevät sanomalehdille videoita vai julkaistaanko niitä lainkaan. Vain yksi sanomalehti ilmoitti, etteivät he julkaise lainkaan videoita. Muissa seitsemässä sanomalehdessä oli poikkeuksetta ainakin yhden toimittajan tehtävä tuottaa myös videoita (Kuvio 4).

Aiemmin käsitellystä ammattiryhmiä selvittävästä monivalintakysymyksestä selvisi, että vastaajien sanomalehtitoimituksista neljässä työskenteli toimittajan lisäksi valokuvaaja. Vaikka neljässä videoita julkaisevassa sanomalehtitoimituksessa työskentelee valokuvaaja, vain kolme toimitusta käyttää valokuvaajaan videoiden tuottamiseen. Vastaavasti kaikki videoita julkaisevat sanomalehdet kuitenkin käyttävät tehtävään toimittajia. Oletin, että olisi luonnollisempaa käyttää kamera-kalustoa tuntevaa valokuvaajaa videoiden tekemiseen, kuin toimittajaa. Tämä onkin siis mielestäni jopa yllättävää.



KUVIO 6. Sanomalehtien verkossa julkaistujen videoiden tekijät.

Aiemmin käsitellystä ammattiryhmiä selvittävästä monivalintakysymyksestä selvisi, että vastaajien sanomalehtitoimituksista neljässä työskenteli toimittajan lisäksi valokuvaaja. Vaikka neljässä videoita julkaisevassa sanomalehtitoimituksessa työskentelee valokuvaaja, vain kolme toimitusta käyttää valokuvaajaan videoiden tuottamiseen. Vastaavasti kaikki videoita julkaisevat sanoma-

lehdet kuitenkin käyttävät tehtävään toimittajia. Oletin, että olisi luonnollisempaa käyttää kamera-kalustoa tuntevaa valokuvaajaa videoiden tekemiseen, kuin toimittajaa.

Myös freelancereiden käyttö videoiden tekijöinä on positiivinen yllätys; jopa kolme sanomalehteä ilmoitti käyttävänsä freelancereiden palveluita videoiden tuottamiseen. Yhdellä sanomalehdistä on toimituksessaan myös oma videokuvaaja. Mielenkiintoista on, että videokuvaajan palkannut toimitus on kyselyyn vastanneiden sanomalehtitoimitusten keskimääräistä kokoa pienempi toimitus. Koen, että freelancereille videoista maksaminen ja videokuvaajan palkkaaminen kertoo sanomalehtitoimituksen panostuksesta videoihin ja niiden julkaisemiseen. Videot koetaan sen verran tärkeäksi osaksi verkkojulkaisemista, että niihin ollaan valmiita myös investoimaan.

Internet on tuonut lukijan lähelle sanomalehteä myös videoiden maailmassa. Osasy on varmasti kelvollisempien kameroiden omaavien älypuhelimien yleistymisen. Lukijalla on siis lähes aina oma videokamera taskussaan. Puolet kyselyn sanomalehtitoimituksista kertovat käyttävänsä lukijoiden videoita verkkosivuillaan.

### **8.3 Videoiden vastaanotto ja vaikutus**

Suurin osa vastaajista suhtautui myönteisesti videoiden vastaanottoon ja uskoivat niillä olevan positiivinen vaikutus lukijamääriin. Lisäksi videoiden aihepiirillä on selkeä vaikutus videoiden vastaanottoon. Toiset videot keräävät niukasti katsojia ja toiset enemmän, jopa merkittäviä määriä. Merkittävästi katsojia keräävien videoiden uskottiin myös tuovan sanomalehdelle uutta yleisöä.

Aihepiiriltään eniten katsojia keräävistä videoista esille nostettiin tapahtumia raportoivat videot, kuten esimerkiksi palo- ja onnettomuusvideot sekä lukion vanhojenpäivän tanssivideot. Suurta suosiosta tuntuu siis saavan videot, jotka vievät lukijan paikan päälle, eivätkä niinkään informatiiviset ja toimitetut, uutismaiset videot.

Vastauksista ilmeni, että vaikka moni julkaisukanava näyttää videoiden toistomäärän, on niiden vaikutusta varsinaiseen lukijamäärään hankala arvioida. Yksi sanomalehti nosti julkaisukanavista esille Googlen omistaman Youtube-videopalvelun. Youtube tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden tarkastella videoiden liikennettä omalta Analytics-sivultaan erilaisten raporttien muodossa. Analy-

tics-tulosten mukaan keskiarvoltaan kyseisen sanomalehden videokanavaa katsellaan noin 230 kertaa päivässä. Tulos saadaan jakamalla sanomalehden 4,5-vuotinen Youtube-historia kertyneillä videoiden katselukerroilla. Videot siis selvästi tuovat liikennettä verkkosivuille.

Yhden vastaajan toimituksessa videot olivat vasta tuore julkaisumuoto. Vastaaja kertoi, että heillä on käynnissä totutteluvaihe ja he pyrkivät opettamaan lukijoilleen, että he julkaisevat nykyään myös videoita. Vastauksen sanavalinnat kuitenkin painottivat mielestäni toiveikkautta videoiden menestykseen tulevaisuudessa: ”Vielä ne eivät kerää tuntuvia määriä katsojia, mutta meneillään on vasta totutteluvaihe”. Lukijoiden opettaminen ja totuttaminen videoiden katseluun tuntuu siis vievän aikansa.

Videoiden katseluun tarvittavien laitteiden, kuten tietokone tai mobiililaitte, teknisyys asettaa varmasti omat haasteensa ikääntyvälle väestölle. Tämä näkyy myös videoiden vastaanotossa, kuten eräs vastaajista mainitsee: ”Mielenkiintoinen yksityiskohta on se, että prosenteissa mitattuna nuoret katsovat näitä videoita eniten – sanomalehti siis kiinnostaa”. Videot ja verkkomateriaali siis selvästikin houkuttelevat tietotekniikan ja Internetin kanssa kasvaneita nuoria sanomalehden pariin.

Sanomalehti, joka ei julkaise videoita verkkosivuillaan, ei kuitenkaan ollut saanut lukijapalautetta videoiden puutteesta.

## 9 SANOMALEHTITOIMITTAJAN MUUTTUNUT TOIMENKUVA VS. MONIOSAAJA

Kun puhutaan alati muuttuvasta ja murroksessa olevasta alasta kuten media ja journalismi, myös käsitykset alasta ja sen näkemyksistä muuttuvat. Kiire, digitalisoituminen ja ansaintalähteen muutos muokkaavat sanomalehtitoimittajan roolia lehtiöön raapustavasta popliinittakkeesta rillipäästä kohti elektronisesti ja tietoteknisesti taitavaa moniosajaa. Kyselylomakkeessani annoin vastaajille vapaan sanan määritellä, miten sanomalehtitoimittajien toimenkuva on muuttunut heidän toimituksessaan viimeisen viiden vuoden aikana sekä mitkä taidot tekevät sanomalehtitoimittajasta nykyajan moniosajaan. Jotta on mielekästä pohtia moniosajaan määritelmää, on mielekästä käsitellä nykyinen sanomalehtitoimittajan toimenkuva ensin.

### 9.1 Sanomalehtitoimittajan toimenkuva ja sen viimeaikaiset muutokset

”Verkkotoimittamisesta on tullut olennainen osa työtä, vaikka painettu lehti on edelleen se ykkönen. Verkkoutusten tekeminen pakottaa nopeuteen; kilpaillaan ainakin minuuteista ellei sekunneista. Sitten pitäisi oppia ajattelemaan, miten verkkoa voi ylipäätään käyttää.” Vastaus tiivistää hyvin kaikkien vastaajien mielipiteen kysymyksestäni sanomalehtien toimittajien toimenkuvan muutoksista viimeisen viiden vuoden aikana. On ennen kaikkea kyse nopeuden vaatimuksesta, sekä verkon ja printin valtataistelusta.

Kahden vastaajan toimituksissa prioriteetti onkin jo siirtynyt printistä verkkoon. Heidän toimituksissaan on jo arkipäivää, että toimittajat panostavat monimediajulkaisuihin ja osaavat käyttää videokameraa tai ainakin opettelevat käyttämään sitä. Verkko edellä menevien sanomalehtien toimituksissa haasteiksi on noussut vanhentuneista tavoista irti päästäminen sekä ”verkon makullisuus, mikä asettaa vaatimuksia verkon tasolle ja runsaudelle”. On loogista, että siirryttäessä tekemään sanomalehteä printin sijaan verkko edellä, on pakko myös saada raha virtaamaan sanomalehdelle myös verkon kautta. Ansaintalähteenä verkkojulkaiseminen on edelleen sanomalehdille hankala, sillä verkosta saadaan toistaiseksi vähemmän tilaajamaksuja ja ilmoitustuloja kuin paperilehdestä (Jyrkiäinen 2012, 97). Vastanneista toimituksista kahden sanomalehden



toimittajien arki ja sen haasteet on tuottaa monipuolista ja laadukasta, rahansa värttiä olevaa sisältöä myös Internetiin.

Valtaosa vastaajista mainitsee myös jollain tapaa olennaiseksi uusien taitojen ja tekniikan opetteluun sanomalehtitoimittajan työssä. Verkkotoimittamisesta on tullut arkipäivää ja se on pakottanut myös sanomalehtitoimittajat opettelemaan tämän julkaisumuodon perusteet. Kaksi vastaajista kuitenkin painottaa, että sanomalehden tärkeä tehtävä on olla läheinen ja kiinnostava. Hyvät tarinat ovat ne, jotka sanomalehdelle tuovat lukijoita; menttiin sitä printti tai verkko edellä. Toinen heistä kirjoitti:

Tärkein neuvo: älä ole tylsä. Sellaista juttua, jota kukaan ei lue, ei ole mitään pointtia tehdä. Printissä sellaisia juttuja on takavuosina ollut paljon ihan kaikissa lehdissä. Semmoista helkkarin byrokratiajatinaa, joka on muka tärkeää, mutta ei kiinnosta ketään.

Tämän päivän sanomalehtitoimittajan on siis oltava reaktiokyvyltään nopea ja monipuolinen sisältötuottaja sekä kiinnostava ja koukuttava tarinankertoja.

## **9.2 Materiaalia kaikkiin kanaviin – Mikä tekee toimittajasta moniosaajan?**

Vastanneiden sanomalehtien toimittajien nykyistä toimenkuvaa käsittelevissä vastauksissa korostui, että nykyään toimittajassa täytyy olla ainakin hippu moniosaajanvikaa. Vastaukset sivusivat osittain samoja aihepiirejä vastaajien kertoessa, mitkä taidot heidän mielestään tekevät sanomalehtitoimittajasta moniosaajan. Voisi melkein sanoa, että kun yhdistää vastaukset sanomalehtien toimittajien muuttuneesta toimenkuvasta ja moniosaajan taidoista, saadaan malliesimerkki sanomalehden unelmatoimittajasta.

Verrattain vastauksiin toimenkuvasta, moniosaajakysymys toi esille myös luonteenpiirteitä. Luonteenpiirteiden lisäksi vastauksissa toistuivat perinteiset toimittajan taidot sekä tekninen osaaminen ja ennen kaikkea ymmärrys nykymuotoiseen sanomalehteen printin ja verkon kokonaisuutena.

Useassa vastauksessa stressin, ja tehtävien nopean tahdin sietokyky, sekä uteliaisuus ja kyky heittäytyä koettiin korostuneen tärkeiksi luonteenpiirteiksi. Myös termiä hoksnokka käytettiin vastauksissa enemmän kuin kerran. Yksi vastaajista määritteli hoksnokan taidoksi ”ymmärtää, mikä on lukijoiden näkökulmasta kiinnostavaa ja olennaista”, kun toinen lisäsi määritelmään paineen-sietokyvyn ja taidon monisuorittaa. Juuri monisuorittaminen oli teema, joka toistui seitsemässä vastauksessa kahdeksasta. Eräs vastaajista tiivistä ajatuksen oivallisesti yhteen lauseeseen: ”Pitää pystyä tuottamaan materiaalia joka kanavaan, joissa lukijat ovat”. Moniosaajan on siis kyettävä kameleontin tapaan mukautumaan tuottamaan luontevaa sisältöä printtiin, verkkoon ja sosiaaliseen mediaan – kaikkialle yhtä aikaa.

### 9.3 Tekniset taidot

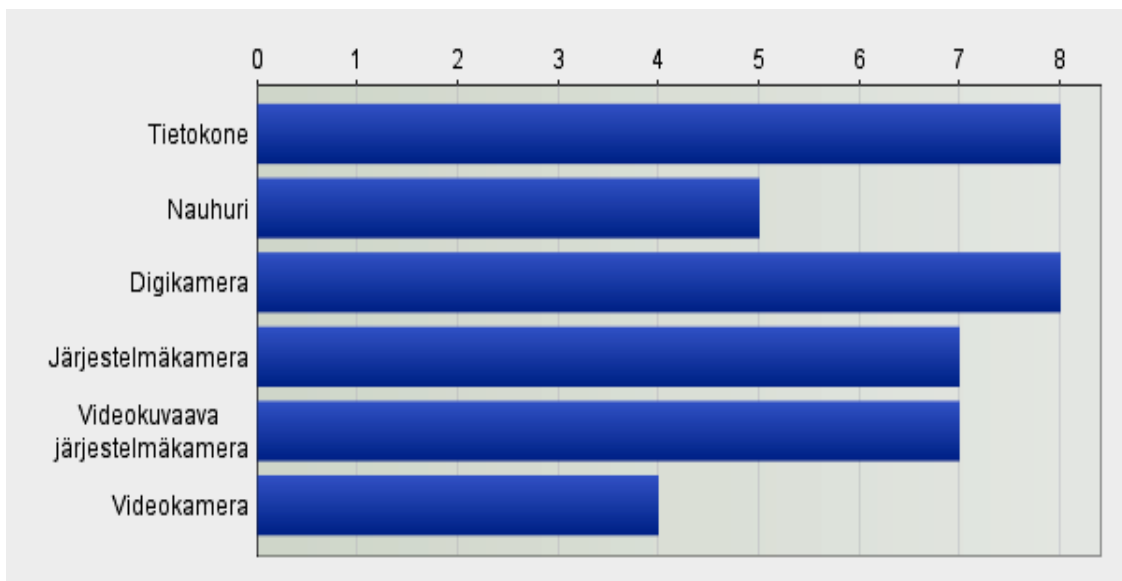
Moniosaajan tekniset taidot voi vastausten perusteella jakaa kahteen ryhmään: yleiseen taitoon käyttää Internetiä tiedonhaun välineenä ja sähköisenä viestintäkanavana sekä sisällön tuottamisessa tarvittaviin ohjelmien ja välineiden hallintaan. Eräs vastaajista painottaa moninaista tiedonhakuja: ” – – pitää kyetä hankkimaan tietoa monin eri tavoin: ihmisiltä, perinteisistä lähteistä, mutta lisäksi Internetistä yleensäkin ja Facebookista”. Moniosaajan on kyettävä hallitsemaan sosiaalista mediaa julkaisun voimavarana, mutta myös tiedonlähteenä, kyseenalaistamista unohtamatta. On siis tunnettava, miten eri sosiaalisen median sovelluksia käytetään. Pitää olla kyky löytää ja erottaa tieto myös Internetistä.

Teknisistä taidoista käyttää laitteita ja ohjelmia vastaajat puhuvat osittain jopa hieman vähättelevään sävyyn. Vastaajat käyttävät sanoja kuten ”hallita” sekä ”omata tarvittavat tai auttavat taidot”. Vastaajat eivät siis koe tarvittavaksi, että sanomalehtitoimittaja on Oscarin arvoinen videokuvaa- ja. ” – ennen kaikkea ymmärrys siitä, mitä kannattaa tehdä printtiin ja mitä sähköiselle puolelle” eli pääosassa on kyky ymmärtää, millaista sisältöä tuottaa, milläkin keinolla ja mihin, kuitenkin riittäväällä teknisellä toteutuksella.

#### 9.4 Onko kalustolla merkitystä?

Kun puhutaan toimittajasta moniosaajana, on puhuttava myös hänen hallitsemastaan kalustosta eli laitteista, joita hän töihinsä liittyen ja niiden ohessa osaa käyttää. Kyselylomakkeessani selvitin, mitä laitteita rivitoimittajan olisi hyvä hallita. Vaihtoehtoiksi valitsin näkemykseni mukaan yleisimmät toimittajan työssä käytettävät laitteet ja yleisimmät toimituksien käytössä olevat videointilaitteet. Monivalintakysymyksen vastauksista ilmenee jo aiemminkin tutkimuksessani ilmennyt seikka: videokuvaustaidoista on tullut osa sanomalehtitoimittajan toimenkuvaa.

On itsestään selvää, että 2010-luvun sanomalehtitoimittajan on hallittava tietokoneen käyttö sekä kyettävä käyttämään digikameraa (ks. Kuvio 5). Samaa mieltä ovat olleet myös kyselyyn vastaajat. Myös järjestelmäkamera lukeutuu rivitoimittajan peruskalustoon. Ainoastaan yksi vastaajista oli jättänyt järjestelmäkameran pois laskuista. Vastaaja kuitenkin oli sitä mieltä, että rivitoimittajan on hyvä hallita videokuvaavan järjestelmäkameran käyttö. Näin ollen voisi olettaa, että kaikista vastaajista on tärkeää, että toimittaja kykenee kuvaamaan hyvälaatuisia kuvia.



KUVIO 7. Mitä kalustoa rivitoimittajan olisi hyvä hallita?

Vastaajista seitsemän pitää rivitoimittajalle tärkeänä taitona videota kuvaavan järjestelmäkameran hallintaa ja jopa puolet ovat sitä mieltä, että rivitoimittajan olisi hyvä hallita myös videokameran käyttö. Jos videokameralla kuvaaminen mielletään rivitoimittajan taidoksi, niin tekeekö videokuvaa enää sanomalehtitoimittajasta moniosaajaa?

Palataan hieman taaksepäin. Luvussa 6.2 käsittelin kyselyyn vastanneissa toimituksissa työskenteleviä ammattiryhmiä ja sitä, kuka vastaajien toimituksissa kuvaa videot (ks. Kuvio 4). Kuten tuloksista oli pääteltävissä, sanomalehtitoimittajan on hallittava toimittamisen lisäksi nykyään myös videokuvaus. Vaikka vastaajat pitivät videokuvaamista rivitoimittajalle hyvänä taitona, perustaidot riittävät. Avoimissa kysymyksissä vastaajat puhuvat juurikin laitteiden ja editoinnin hallitsemisesta sekä auttavista taidoista. Itse kaluston hallinnalla ei siis ole suurta merkitystä moniosajaan kannalta, vaan kyse on kaluston hallinnasta yhtä aikaa ja muun työn ohella. ”Pitää olla uudenlaista kykyä heittäytyä, kun lähdetään tekemään lehtijuttua, ottamaan kuvia, napsimaan videoita ja vielä tekemään Facebook-päivitystäkin: kaikkia samalla keikalla.” Moniosaja siis hallitsee luontevasti kameran kuin kameran juttukeikalla ja nappaa materiaalia sanomalehden jokaiseen julkaisukanavaan.

## **9.5 Videokuvaustaitojen merkitys uuden työntekijän palkkaamisessa**

Kyselyssä pyysin vastaajia arvottamaan, mikä merkitys eri taidoilla ja osaamisella on heidän palkatessa uutta henkilöä sanomalehtiensä toimitukseen. Arviointiasteikkokysymyksessä vastaajat arvioivat muun muassa työkokemuksen, koulutuksen, valokuvaustaitojen ja taitotaitojen merkitystä. Pääosin vastaajat kokivat videokuvaustaidoilla olevan jonkin verran merkitystä työntekijää valittaessa.

Perinteiseen tapaan merkittävimmäksi piirteiksi nousivat yleissivistys, tiedonhankintataidot, koulutus ja työkokemus. Videokuvaustaidot kuitenkin koettiin lähes yhtä merkittäviksi kuin valokuvaustaidot sekä merkittävämmiksi kuin kokemus datajournalismista, taittamisen sekä kuva- ja piirto-ohjelmien hallinta ja journalistinen erikoisosaaminen.

Vaikka vastaajat eivät arvottaneet videokuvaustaitoa sanomalehtitoimittajan tärkeimmäksi ominaisuudeksi, kyselyn avoimien kysymyksien vastaukset paljastavat, että videokuvauksella on kuitenkin merkittävä arvo. Se ei korvaa puutteita koulutuksessa tai työkokemuksessa, mutta sen avulla voi erottua edukseen, kun työnhakija rinnastetaan muihin työnhakijoihin. Pelkkä taito videokuvaata ei siis takaa työpaikkaa, mutta siitä ehdottomasti voi olla hyötyä, kunhan muu osaaminen on kunnossa.

## 10 MONIOSAAJAN HYÖDYNTÄMINEN JA VIDEOKUVAUKSEN TULEVAISUUS SANOMALEHTITOIMITTAJAN TYÖSSÄ

Videot ovat nousseet yhdeksi keinoksi erottua edukseen Internetissä. Loviisan Sanomien päätoimittaja Arto Henrikssonin tapaan moni uskoo videoiden ja digitaalisuuden olevan pelastus paikallislehdille. Moniosaaamisesta ja videokuvaustaidosta ei kuitenkaan ole mitään hyötyä, elleivät sanomalehtitoimitukset osaa hyödyntää tähän liittyvää potentiaaliaan. Selvitin kyselyssäni, miten sanomalehtitoimitukset voisivat hyötyä videokuvaavasta sanomalehtitoimittajasta sekä miten videot tulevat vaikuttamaan sanomalehtitoimittajan työhön seuraavan viiden vuoden aikana.

### 10.1 Videokuvaustaitoisen toimittajan hyöty sanomalehdille

Videokuvaavan toimittajan taidoille on myös paljon kysyntää sanomalehdissä, sillä kaksi vastaajaa kokee videoiden luovan myös haasteita sanomalehtitoimitukselle. Videot ovat jo osa heidän journalismiaan, mutta niiden suuntaa haetaan vielä tai ainakin niitä pyritään viemään jatkuvasti eteenpäin. Moniosaaajasta olisi siis ehdottomasti hyötyä toimituksille, jotka eivät ole vielä löytäneet omaa tyyliään tehdä videoita.

Meidän pitäisi tehdä enemmän videoita kuin teemme, monipuolisemmin kuin teemme. Niihin pitäisi tuntea kunnianhimoa, toisaalta niihin pitäisi osata suhtautua kepeästi. Taidot ovat vielä hakusessa. Videolla voisi täydentää uutisia. Niillä voisi olla myös viihdefunktio. Niillä voisi näyttää asioita, joita teksti tai liikkumaton kuva ei kerro.

Tämä on myös tapa, jolla jo osa sanomalehtitoimituksista toimii. Eräs vastaaja kertoo toimituksensa pohtivan jo toimituspalavereissa, mitkä juttuaiheet taipuisivat hyvin myös sähköiseen muotoon ja videoiksi. ”Ajatuksena on, että esimerkiksi meidän videoiden kautta lukija pääsee mukaan johonkin sellaiseen puuhaan tai paikkaan, johon hän ei muuten pääse. Lisäksi taltioimme ”historiaa” ja ihmisten tähtihetkiä myös videoissa.” He siis tahtoisivat tuoda lukijansa lähemmäksi juttuaiheitaan, mutta tuoda myös lukijat itse juttuaiheiksi videoiden kautta kuten printissä tehdään syntymäpäiväsankareiden, urheilumenestyjien ja muiden lukijoiden suurten elämäntapahtumien kautta.

Jälleen vastauksissa kuitenkin korostuu rutiini. Videokuvaavan toimittajan avulla on mahdollista tehdä enemmän videoita ja panostaa myös niiden laatuun, unohtamatta rivitoimittajan taitojen merkitystä. Rivitoimittajan videokuvaustaitoja pyritään myös kannustamaan, ne ovat jopa tavoite: ”Päämäärämme on kuvata viisi videota viikossa eli yksi video per toimittaja”.

Yksi vastaajista ei kuitenkaan näe videoiden hyötyä hänen sanomalehtensä kaltaisille pienille toimituksille. Kyse ei ole kuitenkaan ole suoranaisesti videoiden tarpeettomuudesta. He ovat kyllä kokeilleet videoita, mutta vastaaja ei kuitenkaan koe videoiden tuovan tarpeeksi lisäarvoa heidän lukijoilleen suhteessa toimituksen resursseihin: ”Pienessä toimituksessa on mietittävä tarkkaan, mihin työaika käytetään”.

## **10.2 Kasvava merkitys**

Sanomalehtien videot tulevat varmasti yleistymään tulevaisuudessa, niin uskovat kaikki kyselyyn vastaajatkin. Usea vastaaja pitää itsestään selvänä, että videokuvauksesta tulee olennainen osa sanomalehtitoimittajan työtä ja arkea.

Videokuvauksen rooli sekä vaatimustaso nähdään noususuhdanteiseksi. Toistaiseksi on riittänyt myös teknisesti karkeammat videot, mutta jatkossa mukaan uskotaan tulevan myös teknisempien videoiden vaatimus. Videoiden tulee olla parempilaatuisia sekä harkitumpia. Myös livekuvaamisen roolin odotetaan kasvavan: ”Pärjätäkseen sosiaaliselle medialle toimituksen pitää pystyä tuottamaan sisältöä reaaliajassa toimituksen verkkopalveluun”. Livekuvaus tulee vaatimaan kaluston lisäksi myös erityisvalmiutta sanomalehtitoimittajilta. Livekuvaamisen hetki voi tulla yllätyksenä, joten jokaisen toimituksen työntekijän pitäisi hallita riittävät taidot lähteä samalta istumalta paikan päälle.

Myös sanomalehti, joka ei itse vielä videoita julkaise, uskoo videoiden olevan tulevaisuudessa enemmän läsnä myös pienissä paikallislehdissä. Kuitenkaan vastaaja ei koe videokuvaamisen lyövän itseään läpi pienten lehtien toimituksissa, vaan materiaali saadaan konsernien tai yhteistyökumppaneiden kautta.

## 11 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Aloittaessani tutkimukseni oletukseni oli, että vaikka videot ja videokuvaus ovat yleistyneet sanomalehdissä, ei niiden rooli olisi vielä niin merkittävästi vaikuttanut sanomalehtitoimittajan arkeen ja työnkuvaan. Oletin, että videokuvaustaidot tekisivät vielä sanomalehtitoimittajasta alansa moniosaajan. Kuitenkin analysoidessani aineistoani, huomasin jo hyvin varhain oletuksieni olevan ainakin osittain vanhentuneita.

Tässä luvussa käyn vielä kerran läpi aineistoani verraten aiempiin teorioihin ja vastaan sen avulla tutkimuskysymyksiini.

### 11.1 Videot ja videokuvaus on tätä päivää

Jo purkaessani vastanneiden sanomalehtien toimituksia ammattiryhmiksi, sain huomata, että videokuvaukseen ollaan panostettu jo toimituksien työntekijöiden kohdalla. Jo pienemmästä sanomalehtitoimituksesta voidaan nykyaikana löytää varsinainen palkattu videokuvaaja. Videoihin siis panostetaan jopa palkkaamalla henkilöstöä videokuvaajiksi. Videoihin halutaan siis panostaa rahallisin investoinnein. Tätä tukee myöskin se, että lähes puolet vastaajista käyttää myös freelancereita videoiden tuottajina.

Vielä vuonna 2013 Laholan tekemän tutkimuksen mukaan sanomalehdet tuottivat itse vain hieman yli puolet verkkosivuillaan julkaistavista videoista. Aineistostani käy ilmi, että vuonna 2016 kaikki videoita julkaisevat sanomalehtitoimitukset käyttävät toimittajiensa tuottamia videoita sekä puolet toimituksista käyttivät myös valo- ja videokuvaajan tekemiä videoita. Konsernin sisäisiä videoita ei käyttänyt kukaan, vaikka Laholan tutkielman mukaan vuonna 2013 noin joka kuudes käytti muiden kuin oman uutismediansa tekemiä videoita. (Lähde: Lahola 2014, 72).

Kyselyyn vastanneista sanomalehtitoimituksista seitsemän kahdeksasta julkaisee verkkosivullaan videoita. Videoita julkaisi viikoittain kuusi toimitusta ja seitsemäs toimituskin vähintään kerran kuukaudessa. Tämä osoittaa videoiden todellakin saaneen vakaan jalansijan nykyajan sanoma-

lehdessä. Video on myös syrjäyttänyt kuvagalleriat. Viikoittain kuvagallerioita julkaisi vain kolme toimitusta eli puolet vähemmän kuin viikoittain videoita julkaisivat toimitukset.

Kuten Kokkonenkin Virranniemen haastattelussa totesi, sopeutuminen nykyanomalehden muotoon vaatii luopumista juurtuneista toimintatavoista ja asennemuutosta videokuvausta kohtaan. Meidän toimittajien tulee taistella yhdessä alamme puolesta ja videot ovat kelpo ase tässä taistossa.

## **11.2 Videokuvaustaidot ovat osa sanomalehtitoimittajan toimenkuvaa — syventäminen tekee moniosaajan**

Vielä 2008 mietittiin, onko videot toimittajien vai valokuvaajien vastuualuetta (Mäenpää, Männistö 2009, 28-30). Tilanne suomalaisissa lehdissäkin etsi vastauksia vielä muutamia vuosia sitten. Lapin Kansan päätoimittaja Antti Kokkonen painotti jo vuonna 2014 antamassaan haastattelussa, että vaikka Lapin Kansan valokuvaajista lähes kaikki tekivät videoita, pitäisi toimittajien videokuvauskoulutukseen ja -osaamiseen satsata. Jokaisella toimituksen työntekijällä tulisi olla valmius videokuvata tarpeen tullen. (Virranniemi 2014, 36-39).

Kyselyyn vastanneista sanomalehtitoimituksista jokainen videoita julkaiseva toimitus käytti toimittajiaan videoiden tuottamiseen. Valokuvaajia videoiden tekemiseen käytti vain kolme neljästä toimituksesta. Näin ollen voisi olettaa videoiden tulleen osaksi sanomalehtitoimituksien arkea nimenomaan toimittajien tekemiseen painottuen. Toimittajia haluttiin myös kannustaa videoiden tekemiseen. Erään toimituksen tavoite jopa oli, että jokainen toimittaja tekisi viikossa yhden videon.

Videokuvaustaitojen merkityksestä moniosaajan määrittelyssä voidaan kyselyni tuloksia verrata niin Laholan vuonna 2013 tekemään pro graduun kuin Virranniemenkin 2014 julkaistuun tutkielmaan. Sekä Laholan ja Virranniemen tutkimuksissa käy ilmi, että videokuvaus ei ole vielä vakiintunut osaksi sanomalehtitoimittajan toimenkuvaa. Virranniemen koko tutkielma toki osoittaa muutoksen olevan Lapin Kansassa jo käynnissä. Näin ollen voi sanoa, että vielä vuonna 2014 videokuvaavaa sanomalehtitoimittajaa olisi melko huoletta voinut kutsua moniosaajaksi.



Oman tutkimukseni ja kyselyn tuloksien perusteella pelkkä videokuvaustaito ei enää vuonna 2016 ole moniosaajan merkki, vaan siitä on mukautunut ja se mukautuu edelleen osaksi sanomalehti-toimittajan toimenkuvaa. Mikäli sanomalehti-toimittaja haluaa osoittaa moniosaajuuttaan videoiden saralla, hänen täytyy hallita koko tämän päivän sanomalehden paketti ja viedä videokuvaustaitonsa tarinankerronnallisesti vielä vähän pidemmälle. Videokuvaus täytyy hallita niin vakaasti, että se on yksi luonteva osa juttukeikkaa itse kirjoitettavan jutun, valokuvauksen ja sosiaaliseen mediaan tulevan päivityksen ohella. Moniosaaja hallitsee juttukeikan kaikkia naruja yhtälailla videokuvausten kanssa. Moniosaaja kykenee selviytymään juttukeikalta tarpeen tullen yksi tuottajan silti sisältöä sanomalehden jokaiseen julkaisukanavaan.

### **11.3 Tulevaisuus on digitaalisuudessa ja monipuolisessa sisällössä**

Vaikka perinteisellä painetulla sanomalehdellä on suomalaisten sydämissä vakaa sija, ei printin laskua ja digitaalisen verkkosisällön nousua voi kieltää (ks. Kuvio 1 & 2). Suuret ikäluokat ovat jo siirtyneet eläkkeelle ja ikääntyvät edelleen nuoren diginatiivin sukupolven kasvaessa hallitsemaan työikää. Tilastokeskuksen lukuvälinetrendien muutoksia kuvaava kaavio paljastaa, kuinka varsinkin mobiililaitteet yleistyvät median kulutuksessa, tablet-tietokoneet lisääntyivät viime vuonna jopa kolmanneksella. Laitteet vaikuttavat lukijoiden mediankäyttötottumuksiin ja lukijoiden mediankäyttötottumukset ohjaavat sanomalehtien sisällön luomista. Medialle on elintärkeää seurata teknologian kehitystä, jotta lukijoiden tarpeissa ja liiketoimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia voidaan tunnistaa ja niihin voidaan vastata (Viljakainen, Vehmas 2014, 24).

Muutokset ovat siis ajaneet sanomalehdet jo nyt digitaalisille markkinoille. Lapin Kansa päätoimittaja Kokkonen kertoi videoihin panostamisen syyn olleen teknisten edellytysten luomilla mahdollisuuksissa sekä median murroksessa ja kuluttajakäyttäytymisessä. Vuonna 2014 Lapin Kansan levikkialueen lukijat olivat jo teknisesti valmiita käyttämään myös sähköisiä sanomalehden palveluita ja videoita. (Virranniemi 2014, 36-37). Eräs kyselyn vastaajista kertoi, että heidän sanomalehtensä Youtube-kanavan videoita oli huhtikuuhun mennessä reilun neljän vuoden aikana katsottu jo keskimäärin 230 kertaa per päivä. Tämä jos jokin osoittaa, että maakuntalehtien lisäksi videoilla ja digitaalisilla sanomalehden palveluilla on kysyntää myös alue- ja paikallislehtitasolla.

Myös Loviisan Sanomien päätoimittaja Arto Henriksson pitää digitaalisutta sanomalehden ja paikallislehtien pelastusrenkaana. Muutos printtikeskeisestä toimittamisesta verkkoon edellä tekemiseen ei ole helppoa. Painetun sanomalehden ja sanomalehden digitaalisen verkkopalvelun välistä kuilua ja vaikean sopeutumisen aikaa Henriksson kutsuu kuolemanlaaksoksi. Hänen sanojen mukaan kuolemanlaaksosta selviytyminen ratkaisee sanomalehden kohtalon ja sen, nouseeko sanomalehti myös kuolemanlaakson jälkeen taloudelliseen nousuun. (Vehkeilijät.fi, 2016).

Moni kyselyyn vastanneista sanomalehtitoimituksista tuntuikin kamppailevan vielä kuolemanlaakson viimeistä jyrkännettä vastaan. Sanomalehdet tiedostivat videoiden tarpeellisuuden ja digitaalisen sanomalehden tärkeyden. Käynnissä oli kuitenkin vasta sopeutumisvaihe, jossa etsitään omalle sanomalehdelle sopivaa tapaa pyörittää monimediaalista nykyajan sanomalehtikokonaisuutta. Osa toimituksista tuntui jo verkkomaailmaan sopeutuneilta. He eivät kuitenkaan olleet pysähtyneet paikoilleen saavutettuaan verkon, vaan tähtäin oli selvästi vieläkin kunnianhimoisempi tulevaisuus – huomisen monimediaalinen sanomalehti osaa kääntää kaikki julkaisukanavat edukseen ja tehdä parasta sisältöä juuri sinne, missä lukija on.

#### **11.4 Yhteenveto**

Sanomalehtitoimittajan arki ja toimenkuva ovat keskellä paperisen lehden sekä verkon valtataistelua. Valtataistelua, jonka verkko voittaa. Sanomalehteen töihin pyrkivän toimittajan kannattaa viimeistään nyt ottaa kamera kauniiseen käteensä ja painaa rec-nappia. Kukaan ei ole seppä syntyessään, mutta verkon ja videokuvauksen haasteet on helpompi kohdata, mitä tutummaksi ne tulevat. Kysyessäni, millaiset taidot tekevät sanomalehtitoimittajasta moniosajaan, yksi vastuksista erottui joukosta. Vastaus oli hyvin tiivistetty ohje, mitä nykyajan sanomalehtitoimittajan taitolliseksi haluavan pitäisi tavoitella:

Moniosajaan tekee auttavat taidot tekniikassa ja sähköisessä viestinnässä, mutta ennen kaikkea ymmärrys siitä, mitä kannattaa tehdä printtiin, mitä sähköiselle puolelle ja mitä molempiin – ja mitä mihinkin kannattaa käyttää aikaa. Olen sitä mieltä, että lopulta vain tekeminen harjaannuttaa kätevämmäksi ja nopeammaksi videoiden ja esimerkiksi netin ja somen voiman hyödyntämisessä.

## 12 POHDINTA

Tutkimukseni tavoite oli selvittää videokuvaustaidot omaavan toimittajan sekä itse videoiden rooli sanomalehtitoimittajien työelämässä sekä tulevaisuudessa. Tutkimuskysymykseni olivat: mikä jalansija videokuvaamisella nykyajan sanomalehtitoimittajan työssä on nyt ja viiden vuoden kuluttua, kuinka paljon sanomalehtitoimitukset arvostavat videokuvaustaidon omaavaa toimittajaa ja voidaanko videokuvaavaa sanomalehtitoimittajaa enää ylipäättänsä pitää moniosajana vai onko siitä tullut osa rivitoimittajan työn toimenkuvaa.

Valitsin tutkimusmenetelmäksi laadullisen tutkimuksen sekä sisällönanalyysin. Aineistonkeruumenetelmänäni toimi Webropol-palvelulla toteutettu kysely, jonka vastaanotti 35 alue- ja paikallislehden päätoimittajaa. Koen valitsemieni menetelmien toimineen suhteellisen onnistuneesti tutkimuksessani. Laadullinen tutkimus mahdollisti tutkimuksen aihealueeni luonnollisista, todellisista tilanteista suomalaisissa sanomalehtitoimituksissa. Laadullisen tutkimus mahdollisti myös tutkimuksen mielekkään toteutumisen, vaikka vastausprosentti jäi suhteellisen matalaksi, eli vain 23 prosenttiin.

Tutkimukseni loppupäätelmä on, että videot ovat muuttuneet tai ovat viimeistään muuttumassa osaksi sanomalehden arkea. Videoiden merkitys ylittää myös sanomalehtitoimittajan työhön, sillä niistä on enenevässä määrin tulossa juuri sanomalehtitoimittajan työnkuvaa. Vaikka videokuvaus on jo osa sanomalehtitoimittajan työtä, ne voivat myös tehdä sanomalehtitoimittajasta moniosajan. Moniosaja on muita sanomalehtitoimittajia askeleen edellä videokuvauksessa ja kykenee huomioimaan videon merkityksen ja toteutuksen sanomalehtien kaikissa julkaisukanavissa. On kuitenkin muistettava, että videokuvaustaidot eivät korvaa puutteita työkokemuksessa ja koulutuksessa.

Uskon, että tutkimuksestani voi olla suuri apu journalismin opiskelijoille, jotka tähtäävät nimenomaan alue- ja paikallislehtiin töihin. Vaikka tutkimukseni ei ole täydellinen apupaketti täydelliseksi sanomalehtitoimittajaksi tulemisessa, se antaa hyviä eväitä ja miettimisen aiheita, miten omia taitoja kannattaa kehittää. Se voi olla apu opintojaan suunnittelevalle journalismin opiskelijalle, sillä se viestii videokuvaustaitojen merkityksestä tänä päivänä.

Myös vielä kuolemanlaaksossa kamppaileva sanomalehti voi saada tutkimuksestani ideoita ja vertaistukea laakson viimeisen jyrkänteen kohtaamiseen. Tutkimuksestani voi löytää apuja terveeseen asennemuutoksen videoita kohtaan. Videot ovat keino taistella yhdessä alan puolesta. Alue- ja paikallislehdillä on mahdollisuus selviytyä digitaalisuuden ja verkon tuomista haasteista taloudellisesti kannattavaksi sanomalehdeksi.

Tutkimukseni pohjalta kehottaisin sanomalehtitoimituksia ja päätoimittajia rohkaisemaan toimittajiin videokuvaukseen. Yksi video jokaiselta toimittajalta per viikko voi olla hyvä tavoite. Toimituskohtaisesti voi miettiä, millä aikavälillä tavoitteeseen halutaan päästä. Videot ja niiden potentiaali on hyvä myös ottaa osaksi toimituspalavereita. Joka palaverissa voidaan yhdessä miettiä, mitkä jutut toimivat toimitettuina videoina lehden verkkosivuilla vai olisiko joku aihe sittenkin lukijoiden päivää piristävä ja sopisi esimerkiksi lehden Facebook-sivuille. Videokuvauksen ei myöskään tarvitse alkaa teknisesti vaikeista laitteista, sosiaaliseen mediaan sopii hyvällä älypuhelimellakin kuvattu video.

## **12.1 Itsearviointi**

Tutkimuksen toteuttamiseen käytössä olleiden rajallisten, eteenkin aikaan liittyvien, resurssien pohjalta ajateltuna olen tyytyväinen tutkimuksen tulokseen. Mikäli aikaa olisi ollut käytettävissä enemmän, olisi tutkimuksen aihetta voinut käsitellä vielä syvemmin. Aika olisi myös mahdollistanut kyselykutsun vastaanottaneiden päätoimittajien henkilökohtaisen kontaktoinnin, jonka kautta kyselyn vastausprosenttia olisi voinut olla mahdollista korottaa. Kuitenkin, kun kyseessä on laadullinen tutkimus pidän vastausprosenttia kohtuullisen onnistuneena. Korkeampi vastausprosentti olisi myös vaatinut lisää resursseja, sillä positiivisena yllätyksenä kyselyyn vastanneet päätoimittajat vastasivat kyselyyn erittäin mielekkäin vastauksin. Koen siis aineiston sisällön olleen onnistunut.

Riittävä aika tutkimuksen tekemiseen on keskeinen perusvaatimus laadullisen tutkimuksen teossa (Tuomi, Sarajärvi 2009, 142). Vaikka aikaa olisi voinut olla enemmän, koen sitä olleen riittävästi tutkimuksen tekemiseen.

Koska kyseessä oli laadullinen tutkimus, se käsittelee juuri vastanneiden sanomalehtitoimitusten ajatuksia videosta ilmiönä sanomalehdessä. Laadullinen tutkimus ei ole yksi tarkkaan määritelty tutkimusperinne, vaan siihen kuuluu useita varsin erilaisia perinteitä. Tiettyjen laadullisen tutkimuksen perinteiden mukaisesti tutkimukseni ei kuitenkaan perustu objektiiviselle tiedolle, vaan se sanoutuu siitä irti. (Tuomi, Sarajärvi 2009, 134-135.) Tämä asettaa tiettyjä kysymyksiä tutkimuksen luotettavuudelle. Tutkimuksessani totuus on subjektiivinen ja se on muodostunut kyselyyn vastanneiden päätoimittajien ajatusten sekä minun itseni tutkijana muodostamista ajatuksista. Kyselyyn on varmasti vastanneet eteenkin aiheesta kiinnostuneet päätoimittajat. Mikäli vastanneiden joukossa olisi ollut myös saman verran perinteisen painetun sanomalehden puolestapuhujia kuin tulevaisuuden mahdollisuutena näkeviä päätoimittajia, tutkimukseni loppupäätelmät olisivat voineet olla hyvin erilaisia.

Aineiston ja menetelmät lukuun sekä sen kirjoittamiseen olisin voinut perehtyä paremmin. Sitä olisi vielä voinut laajentaa sisällyttämällä lukuun myös enemmän lähdekirjallisuutta sekä sen soveltamista itse tutkimukseni sisällöllä. Myös tietoperustani olisi voinut olla kattavampi. Toisaalta, kun tutkimukseni aihe on mediakentällä vielä melko tuore ilmiö, ei siitä välttämättä ole löydettävissä yhtä paljon kattavaa tietoperustaa kuin esimerkiksi valokuvauksesta. Lisäksi sekä tutkimusmenetelmä- että tietoperustalukujen laajennus olisi vaatinut enemmän aikaa. Tämän tulen ehdottomasti ottamaan huomioon, mikäli tulen tekemään tutkielmia myös jatkossa.

Tutkimusta tehdessä opin korostamaan, että sanomalehtitoimittaja ei ole koskaan valmis. Media on jatkuvassa muutoksessa uiva ala ja uutta tekniikkaa tulee joka päivä. Vanhoja taitoja on elintärkeää ylläpitää, mutta pitää olla myös avoin kehitykselle – ehkä minä nyt vihdoinkin lataan sen Periscopopen ja tutkailen sen medialle tarjoamia mahdollisuuksia. Elinikäinen oppiminen on tälläkin alalla avainsana.

## **12.2 Jatkokysymyksiä**

Tutkimustani voisi jatkossa viedä eteenpäin ennen kaikkea tutkimalla ja selvittämällä selviytymisoppaan kaltaisesti, miten sanomalehti parhaiten edesauttaa toimittajiensa kehitystä moniosajiksi. Millaisin eväin juttukeikalla pysyy parhaiten ja parhaat tulokset antaen kaikki narut käsissä.

Miten kannattaa kohdata juttu, jolla on potentiaali printtiin, verkkoon, sosiaaliseen mediaan sekä tekstiksi, kuvaksi ja videoksi.

Tutkimukseni aihepiiriä voisi myös laajentaa vertailemaan, onko videon rooli sanomalehtitoimittajan työssä erilainen kun kyseessä on eri kokoluokan lehti – maakunta-, alue- tai paikallislehti. Olisi mielenkiintoista saada tuloksia juurikin eri sanomalehtityyppien eroavaisuuksista videokuvauksen roolia pohtiessa.

## LÄHTEET

Huovila, T. 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Porvoo: WSOY.

Jyrkiäinen, J. 2012. Sanomalehdistö. Teoksessa Suomen mediamaisema (toim. K. Nordenstreng & O. A. Wiio), 67-100. Tampere: Vastapaino.

Lahola, M. 2014. Videoita videon tähden? : verkkovideoiden sisältö suomalaisissa seitsemänpäiväisissä sanomalehdissä. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 25.4.2016, <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201404251576>>.

Lassila-Merisalo, M. 2014. Tarina edellä – kerronnallinen juttu digitaalisessa ympäristössä. Teoksessa Journalismi ajassa (toim. K. Virtapohja), 152-169. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Media Audit Finland Oy, 2015. KMT kokonaistavoittavuus 2014. Viitattu 16.5.2015, <<http://mediaauditfinland.fi/kmt-kokonaistavoittavuus-2014/>>.

Mäenpää, J. & Männistö, A. 2009. Kun kaikki videoivat kaikkea. Liikkuva kuva sanomalehden sivuilla. Tampereen yliopisto. Tiedostusopin laitos. Julkaisuja. Sarja B53 / 2009. Viitattu 25.04.2016, <<http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7750-8>>.

Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2012, Koulutus ja tutkimus vuosina 2011-2016 – Kehittämissuunnitelma. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:1.

Sanomalehtien liitto, 2016. Viitattu 4.5.2016, <<http://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/sanasto>>.

Tilastokeskus, 2015, Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2015. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 8.5.2016, <[http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi\\_2015\\_2015-11-26\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015_2015-11-26_tie_001_fi.html)>.

Tilastokeskus, 2012, Joukkoviestimet – Finnish Mass Media 2011. Helsinki: Tilastokeskus.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Viljakainen, A. & Vehmas, K. 2014. Mediateknologioiden kehityssuunnat. Teoksessa Sanomalehti uudessa mediamaisemassa (toim. K. Lehtisaari), 24-32. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto.

Virranniemi, G. 2014. Videoita sanomalehden nettisivuille :Miten ja millaisia videoita maakuntalehti Lapin Kansan nettisivuille tehdään nyt ja kuinka toimittajat voisivat parantaa videoiden laatua ja journalistista sisältö?. Oulun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 26.04.2016, <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014093014340>>.

Vehkeilijät.fi, 2016. Digitaalisuus pelastaa paikallismedian. Viitattu 22.04.2016, <<http://www.youtube.com/watch?v=QHi04j8qwRg>>.



1. Montako henkilöä toimituksessanne työskentelee?
2. Valitse yksi tai useampi ammattiryhmä, jonka edustajia toimituksessanne työskentelee:  
Toimittaja  
Valokuvaaja  
Taittaja  
Graafikko  
Videokuvaaja

3. Kuinka usein sanomalehtenne verkkosivuilla julkaistaan?

	Päivittäin	Viikottain	Kuukausittain	Alle 10 kertaa vuodessa	Ei lainkaan
Näköislehti	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoita	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvagallerioita	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monimediajulkaisuja (tekstiä, ääntä, kuvaa ja/tai videokuva yhdisteleviä julkaisuja)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksullista sisältöä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Kuka tai ketkä tuottavat videoita verkkosivuillemme?  
Toimittaja  
Valokuvaaja  
Erikseen palkattu videokuvaaja  
Konsernin sisäinen työntekijä  
Freelancer  
Lukijat  
Emme julkaise videoita

5. Missä sanomalehtenne julkaisee videoita?  
Lehden verkkosivuilla  
Sosiaalisessa mediassa  
Videopalveluissa, kuten Youtube tai Vimeo

Mobiilisovelluksissa, kuten Instagram tai Snapchat

Emme julkaise videoita

6. Miten videojulkaisut ovat vaikuttaneet lukijamääriinne? Mikäli lehtenne ei julkaise videoita, onko niiden puutteesta tullut lukijapalautetta?
7. Kun toimitukseenne palkataan uusi työntekijä, minkälainen merkitys hänen osaamisella ja taidoillaan on?

	Suuri merkitys	Jonkin verran merkitystä	En osaa sanoa	Vähän merkitystä	Ei merkitystä
Koulutus	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedonhankinta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Datajournalismi	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuva- ja piirto-ohjelmien hallinta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vuorovaikutustaidot	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monimediajournalismi	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videokuvaustaidot	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleissivistys	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoisosaaminen (esimerkiksi urheilu, kulttuuri, terveys...)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taittaminen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työkokemus	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Substanssin hallinta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Äänieditointi	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valokuvaustaidot	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Mitä kalustoa rivitoimittajan olisi hyvä hallita?

Tietokone

Nauhuri

Digikamera

Järjestelmäkamera

Videokuvaava järjestelmäkamera

Videokamera

9. Millaiset taidot tekevät sanomalehtitoimittajasta moniosaajan?

10. Miten sanomalehtenne hyödyntää tai voisi hyödyntää toimittajan videokuvaustaitoja?

11. Miten Internet on mielestäsi vaikuttanut sanomalehtitoimittajan työhön?
12. Miten sanomalehtenne toimittajien toimenkuva on muuttunut viimeisen viiden vuoden aikana?
13. Miten koet videokuvauksen roolin muuttuvan toimittajan työssä seuraavan viiden vuoden aikana?
14. Perustiedot (käytetään vain kyselyn vastausten jäsentelyyn eikä niitä luovuteta ulkopuolisille)  
Sanomalehti:  
Vastaajan työtehtävä:  
Levikki:  
Maakunta, jossa sanomalehti ilmestyy:
15. Vapaa sana: