



Daniel Wallenius

Tuottaja tuli taloon

Tuottajan toimenkuvan synty ja työtehtävät seitsenpäiväisessä alueellisessa sanomalehdessä

Tuottaja tuli taloon

Tuottajan toimenkuvan synty ja työtehtävät seitsemänpäiväisessä alueellisessa sanomalehdessä

Daniel Wallenius
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Tekijä: Daniel Wallenius

Opinnäytetyön nimi: Tuottaja tuli taloon - Tuottajan toimenkuvan synty ja työtehtävät seitsenpäiväisessä alueellisessa sanomalehdessä

Työn ohjaaja: Teemu Palokangas

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2012 Sivumäärä: 67 + 2 liitesivua

Tämän tutkielman tavoitteena on ollut luoda kartoitus siitä, mitä tuottajan toimenkuvaan seitsenpäiväisissä, alueellisissa sanomalehdissä kuuluu. Lisäksi olen pyrkinyt selvittämään, millainen kehityskulku tuottajan on toimituksiin tuonut.

Työtehtävien ja niiden syntyperän selvittämiseksi olen tehnyt seitsenpäiväisissä sanomalehdissä kyselytutkimuksen, jossa on kysytty muun muassa tuottajien työtehtävistä sekä syitä siihen, miksi tuottaja on toimituksessa.

Olen jakanut tuottajat kyselyn tulosten perusteella neljään osaan. Tekijä-tuottaja suunnittelee ja toteuttaa sisältöä, pääliikkötuottajalla vastuullaan on myös toimittuksellisen työn johtaminen laajemmin. Verkkotuottaja vastaa lehden verkkosivuista ja sen sisällöstä.

Uutistuottajan tehtävät olen käsitellyt erikseen. Uutistuottaja lukeutuu periaatteessa pääliikkötuottajiin, mutta tutkimusaineisto kattoi sen niin huonosti, että halusin pitää sen erillään muista tuottajista.

Tuottajien syntyyn olen nähnyt kolme erilaista, mutta oleellisesti toisiinsa liittyvää syytä. Lehtien sisältö on muuttunut featuremaisemmaksi, jolloin se on helpommin suunniteltavissa ja pidemmällä aikavälillä toteutettavissa. Lehdistön omistus on keskittynyt ja osana tätä kehitystä yhteistyö lehtien välillä on kasvanut. Kolmanneksi teknologia on kehittynyt ja sisällöt ovat siirtyneet uusille julkaisualustoille.

Lopuksi olen ennustanut, että tuottajien määrä, tai ainakin tuottajankaltaiset työtehtävät yleistyvät lehdissä. Tekniikka kehittyy yhä ja lehtien sisällöt yhtenäistyvät.

Asiasanat:

Journalismi, muutos, tuottaja, organisaatio, esimies, sanomalehti

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme of media, Journalism

Author: Daniel Wallenius

Title of thesis: A Producer Entered the House – The Birth of the Producer's profession and Their Tasks in a 7-day Newspaper

Supervisor: Teemu Palokangas

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2012 Number of pages: 67+2 attachments

The aim of my thesis is to shed light into the job of a producer in a daily newspaper. Producers have been around for less than fifteen years and very little has been written about them as well as about the hierarchy of editorial staff in newspapers.

To gather information on the subject I have conducted a survey in Finnish newspapers that employ producers. I have divided the producers in newspapers to four categories. Reporter-editor, who plans, makes and edits the journalistic contents. A senior producer does the planning and editing, but the articles are written by ordinary reporters. The third category is a web producer who is responsible for the newspapers website. The fourth category is a news producer. I've treated it separately from the senior producer because my research didn't reveal its tasks very well.

I've found three main reasons why newspapers have adopted the title of producer to their daily routines. One is the change in the contents of daily newspapers. In addition to news the newspapers also have a growing amount of feature-type content. Secondly the newspapers nowadays are a part of larger media corporations and content is often shared between the papers. Thirdly the news are now distributed in printed form, on the web pages and also sometimes on the video by the newspapers.

In the end I have predicted that the amount of producers or at least the amount of producer-type work in newspapers will continue to increase. Content-sharing between papers is getting more common as the branch tries to find savings. A newspaper is also no longer just a newspaper but is being published on new platforms creating the need to manage content sharing between different platforms.

Keywords:

Journalism, producer, newspaper, editor, transition

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	7
2 ESIMIESTEHTÄVÄT LEHDISSÄ JA TUOTTAJAT MUISSA MEDIOISSA	10
2.1 Sanomalehden toimitusorganisaation kehitys	10
2.2 Seitsenpäiväisen sanomalehden esimiestehtävät tuottajattomassa toimitusorganisaatiossa	11
2.3 Tuottajat lehtikentän ulkopuolella	12
2.4 Radiotuottaja – lehtituottajan edeltäjä ja esikuva?	13
2.5 Odotuksia lehtituottajista	14
2.6 Tuottajat sanomalehdissä	16
2.7 Tuottajia työllistävät seitsenpäiväiset ja alueelliset lehdet	17
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	20
3.1 Rajaus seitsenpäiväisiin sanomalehtiin	22
3.2 Tutkimusaineisto	23
4 TULOKSET	25
4.1 Uusvanhat tuottajat	25
4.2 Pomo tai sisällöntuottaja	25
4.2.1 Uusi uutispäällikkö	25
4.2.2 Feature-tuottaja	26
4.2.3 Verkon valti	27
4.3 Vastuut muuttuivat	27
4.4 Olemassaoleva organisaatio täydentyi	28
4.5 Uudet tehtävät	28
4.6 Tuottaja selkeytti työnjakoa	29
4.7 Organisaatiomuutos ja tuottaja	30
4.8 Toiveissa parempi sisältö ja suunnitelmallisuus	31
4.9 Tavoitteet onnistuivat	31
4.10 Tuottajan paikka toimituksessa	31
4.11 Hyvä tuottaja	32
4.12 Miksi tuottaja?	33

5 JOHTOPÄÄTÖKSET	34
5.1 Tuottajan määritelmä	34
5.1.1 Tekijä-tuottaja	35
5.1.2 Päällikkötuottaja	36
5.1.3 Verkkotuottaja	37
5.1.4 Uutistuottaja	38
5.2 Tuottaja terminä	41
5.3 Kenestä on tuottajaksi?	43
5.4 Miten tuottajat syntyivät?	44
5.4.1 Suunnitelmallisuus kasvoi	44
5.4.2 Lehtien välinen yhteistyö kasvoi	46
5.4.3 Teknologia	48
6 MILTÄ TULEVAISUUS NÄYTTÄÄ?	51
6.1 Kehitys suosii tuottajia	51
6.2 Säilyttääkö tuottaja paikallisuuden?	52
6.3 Mediatalo kokonaan verkossa	55
6.4 Onko tuottajan titteli tullut jäädäkseen?	56
7 LOPUKSI	58
LÄHTEET	60
LIITTEET	68

1 JOHDANTO

Perinteinen sanomalehdistö on viimeisen kymmenen–viidentoista viime vuoden aikana käynyt läpi melkoisia mullistuksia. Nopeudesta on tullut yksi tärkeimmistä, ellei jopa tärkein, uutiskriteeri, kun perinteiset ja uudet mediat ovat siirtyneet internetiin.

Mullistuksilta eivät ole välttyneet myöskään lehtien toimitukset. Väkeä on vuonna 2008 alkaneen talouden laskusuhdanteen jälkeen laitettu ulos toimituksesta melkoisella volyymillä. Jäljelle jääneet ovat ottaneet käyttöön uusia toimintatapoja ja malleja. Osa perinteisistä sanomalehdistä on laittanut uusiksi paitsi ulkoasunsa, myös kokonsa, ja alkanut ilmestyä iltapäivälehdistä tutussa tabloid-muodossa. Innokkaimmat maailmanlopun maalarit ovat jopa puhuneet nykyjournalismin tuhosta.

Kaiken tämän mullistuksen keskellä on sanomalehtien toimituksiin syntynyt täysin uusi ammattinimike: tuottaja. Äkkivilkaisulla päivittäin ilmestyvien lehtien verkkosivuille tuottajan tittelin käyttöön ottaneissa lehdissä on edelleen toimituspäälliköitä ja uutispäälliköitä. Mistään esimiestittelin uudelleenbrändäämisestä ei liene siis kyse, kuten tapauksessa, jossa esimerkiksi sairaaloiden siivoajat muuttuivat laitoshuoltajiksi.

Tuottajat printtilehdistössä voivat olla uusi asia, mutta tuottajan ammattikuva on ollut olemassa jo pitkään. Itse ymmärrän tuottajan olevan avainhenkilö projektimuotoisessa työskentelyssä. Tuottaja on se ihminen, joka hoitaa sopimukset, henkilöstön, aikataulutuksen ja toimii ikään kuin projektin projektipäällikkönä pitäen langat käsissään ja budjetin kurissa.

Opinnäytetyön aiheesta tuli ajankohtainen minulle siinä vaiheessa, kun aloin journalismin ohella opiskella mediatuottajaksi syksyllä 2011. Vaikka saan tuottajan paperit joskus tulevaisuudessa, ei niillä saa pätevyyttä työskennellä maakuntalehdessä tuottajana.

Maakuntalehdissä sen sijaan toivottavasti tulevaisuudessa työskentelen, ja siitä on jo ehtinyt karttua kokemusta yhden kesän verran. Tuottajia työllistäneessä sanomalehdessä en vielä ole ehtinyt työskennellä, joten siinä mielessä liikun vielä vieraalla maalla.

Tuottajien tulo lehtiin ei ole tuore asia, mutta siitä on olemassa kovin vähän tietoa missään. Tuottajat ovat ikään kuin ilmestyneet osaksi lehdentekoprosessia, kenties jäädäkseen. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, mitä tuottajat maakuntalehdissä tekevät ja mitkä muutokset journalismissa ovat johtaneet siihen, että heitä on alettu tarvita. Tutkimustietoa olen kerännyt kyselytutkimuksella sellaisissa maakuntalehdissä, joissa tällä hetkellä työskentelee tuottaja tai tuottajia.

Haastetta suhteuttaa tuottajan toimenkuva paikoilleen toimitusorganisaatiossa lisää se, että esimiestyöstä ja yleensäkin organisaatorakenteesta lehdistössä on kirjoitettu varsin vähän. Tähän ongelmaan ovat törmänneet muutkin aiheesta kirjoittaneet ja sitä tutkineet. Pauliina Penttilä ihmetteli pro gradu -tutkielmansa johdannossa jo vuonna 2001, miten journalistiikka ei ole kiinnostunut työorganisaatioista, kun ne olennaisesti vaikuttavat siihen, millaista journalismia tehdään (Penttilä 2001, 5)

Tässä opinnäytetyössä vertaan myös sanomalehden tuottajan tehtäviä aiemmin olemassa olleisiin tuottajan tehtäviin. Tutkielman tekoa aloittaessani uskoin, että maakuntalehden tuottajan tehtävissä on suuriakin eroavaisuuksia esimerkiksi elokuva- tai tv-tuottajan tehtäviin verrattuna. Maakuntalehtituottajan työ on projektiluontoisuuden sijaan jatkuvaa ja hänellä on käytössään sama henkilöstö suhteellisen pitkillä aikajaksoilla, vaikka määräaikaaisuudet ja myös avustajien käyttö ovat nykyään lehtitalojen arkipäivää. On myös vaikeaa kuvitella, että toimituksessa työskentelevällä tuottajalla olisi valtaa budjettiin liittyen.

Näen sanomalehden tuottajan toimenkuvan samanlaisena kuin radio- ja tv-puolen tuottajalla on. He tekevät työtä samalla periaatteella kuin esimerkiksi

elokuvamaailmassa. Suurin ero on juuri se, että työ ei ole projektiluontoista, ellei lehdentekoa halua nähdä jonkinlaisena projektien sarjana.

Valmiin tutkielman tavoite on antaa kuva siitä, mikä maakuntalehdessä työskentelevä tuottaja on ja mitä hän tekee. Lisäksi tavoitteeni on selvittää, miksi tuottaja on sanomalehtiin tullut. Pyrin myös luomaan katsauksen tulevaisuuteen ja pohtimaan, yleistyvätkö tuottajat lehtikentällä.

2 ESIMIESTEHTÄVÄT LEHDISSÄ JA TUOTTAJAT MUISSA MEDIOISSA

2.1 Sanomalehden toimitusorganisaation kehitys

Suomen ensimmäinen sanomalehti, ruotsinkielinen Åbo Tidningar, perustettiin vuonna 1771. Lehtien määrä alkoi kasvaa 1800-luvun alkupuolella, mutta lehtiä toimittivat edelleen opettajat, papit, virkamiehet ja ylioppilaat. Toimittajia ei periaatteessa ollut olemassa, sillä heitä ei koulutettu missään. Lehtityötä tehtiin sivutoimisesti ja lähinnä vapaa-ajalla. Useat lehdet koostuivat pelkästä päätoimittajasta. (Tommila & Salokangas 1998, 14, 32.) 1890-luvulle tultaessa suurimmissa sanomalehdissä työskenteli päätoimittajan apuna jo muitakin toimittajia. Päätoimittajan ja rivitoimittajan väliin syntyi myös ensimmäistä kertaa uusi porras, kun toimitussihteeri tuli mukaan lehden tekoon. Vuonna 1900 toimitussihteeri oli jo 24 sanomalehdessä. (sama, 79.)

Roolitus päätoimittajan ja toimitussihteerin välillä oli 1800-luvun lopussa se, että päätoimittaja oli poliittinen linjanvetäjä ja toimitussihteeri käytännön työnjohtaja. Kun ensimmäinen maailmansota voimakkaasti kasvatti uutisten määrää, piti uutiset arvottaa. Toimitussihteeri laati otsikot ja päätti uutisten arvojärjestyksen lehden sivuilla siirtyen näin lähemmäksi nykyistä toimenkuvaansa. (Tommila & Salokangas 1998, 196–197.)

Toimitusten voimakas kasvu kuitenkin jatkoi, eikä toimitussihteeri pian enää riittänyt yksin pitämään lehden tekoa kasassa. Ensimmäiset toimituspäälliköt tulivat lehtiin 1920-luvulla. Toimituspäällikkö johti tästä eteenpäin käytännön työtä ja toimitussihteeri muuttui enemmän lehden kokoajaksi. Osa lehdistä otti käyttöön myös uutispäällikön vakanssin 1950- ja 1960-luvuilla. (Tommila & Salokangas 1998, 272.)

Toinen toimituksen esimiesportaan kasvuun vaikuttanut seikka oli osastojaon synty (Tommila & Salokangas 1998, 273). Ensimmäisenä omille urilleen oli eriytynyt urheilu jo 1920-luvulla. Erikoistuneita toimittajia oli ollut jo vuosisadan al-

kupuoelta saakka, mutta 1960-luvulla eri osastot eriytettiin ja niille tehtiin monin paikoin myös oma taitto. Tällöin niille luonnollisesti tarvittiin myös omat esimiehet ja lehtiin syntyi uusi päällikköporras (Tommila 2003, 53).

2.2 Seitsenpäiväisen sanomalehden esimiestehtävät tuottajattomassa toimitusorganisaatiossa

Yksinkertaistettu sanomalehden päällikköporras koostui vuosituhanen vaihteessa päätoimittajasta, hänen alapuolellaan työskentelevästä toimituspäälliköstä, toimituspäällikön alaisuudessa olevasta uutispäälliköstä sekä johtoportaan alimpina työskentelevistä toimitussihteereistä (Penttilä 2001, 23).

Uutispäällikkö on lehden toimitusorganisaation sydän. Hän on hyvin usein lehdessä se, joka seuraa päivän tapahtumia maailmalla. Hän vastaanottaa ja etsii tietoa eri kanavista ja miettii, mikä osa tiedosta päättyy lehteen. Uutispäällikön tehtäviin kuuluu myös lehden pitkäjänteisempi suunnittelu. Yleensä joitain juttuja erityisesti viikonlopun tai teemaliitteiden osalta sekä toistuvissa uutistapahtumissa suunnitellaan jo pitkälle etukäteen. Uutispäällikkö myös hoitaa lehden päivittäisen työnjaon. (Penttilä 2001, 37, 40.)

Uutispäällikön tehtävä on koordinoida ja johtaa lehden päivittäistä toimitustyötä. Yksi ja tärkeä osa lehden sisäistä yhteydenpitoa ovat päivittaiset palaverit, jotka usein ovat uutispäällikön vastuulla. Päälliköt ovat yhteydessä paitsi organisaation omiin toimittajiin, myös lehden käyttämiin avustajiin. Lehtien sidosryhmäyhteistyö kuului myös uutispäälliköille. Osa Penttilän tutkimukseen osallistuneista päälliköistä teki lisäksi myös toimituksellista työtä. (Penttilä 2001, 38, 42.)

Iltaisin ja viikonloppuisin uutispäällikön kriittisimpiä tehtäviä, kuten uutisseurantaa ja työnteon johtamista ja organisoimista, hoitavat toimitussihteerit. Koska organisaatiot ovat hyvin erilaisia, eivätkä toimenkuvat kiveen hakattuja, saattaa osa toimitussihteereistä hoitaa esimerkiksi uutisseurantaa myös päivisin. (Penttilä 2001, 35, 37.)

Toimituspäällikkö puolestaan on ikään kuin päätoimittajan oikea käsi. Osalla Penttilän tutkimukseen osallistuneista toimituspäälliköistä oli vastuu toimituksen rahanjaosta, osalla puolestaan henkilöstöasioista. Toimituspäälliköiden tehtäviin saattaa kuulua myös hallinnollisia ja teknisiä asioita (Penttilä 2001, 124, 42).

2.3 Tuottajat lehtikentän ulkopuolella

Tuottajan voi nähdä projektipäällikkönä (Saari 2007, 9) ja määrittely on aika osuva. Projektipäällikkö on projektissa työskentelevä henkilö, joka vastaa projektisuunnitelman mukaisesta työskentelystä, eli tuloksista, aikatauluista, työmääristä, kustannuksista, laadusta sekä suunnitelmallisuudesta (Jyväskylän yliopisto 2012, hakupäivä 19.3.2012).

Käytännössä projektipäällikkö saa projektin alussa eteensä jonkinlaisen ongelman. Hän laatii suunnitelman siitä, miten ongelma ratkaistaisiin, kokoaa siihen tarvittavat tekijät, hoitaa roolituksen ja vastaa siitä, että projekti etenee, kuten on sovittu. Samalla hän seuraa etenemistä, puuttuu mahdollisiin ongelmiin ja tehtävän suoritettuaan hoitaa projektin purkamisen. (Karlsson & Marttala 2001, 32, 53–101.)

Tämä projektipäällikön määritelmä sopii hyvin esimerkiksi elokuvatuottajiin. Elokuvatuottaja käynnistää ja päättää elokuvatuotannon, koko tuotantohenkilöstön, valvoo tuotantoa ja osallistuu jälkituotantoon (Elokuvantaju 2012, hakupäivä 19.3.2012). Käytännössä tuottaja on siis vastuussa koko prosessista alusta loppuun, projektin ehdoton pomo, organisoija ja alullepanija. Samalla tavalla tapahtumatuottaja toimii tapahtumassa (Saari 2007, 7). Projektipäälliköksi voidaan helposti mieltää myös kulttuurituottajat. He työskentelevät kulttuuritapahtumissa, järjestöissä, mainostoimistoissa, kulttuuri- ja taideprojektien ja produktioiden suunnittelijoina ja vetäjinä sekä kuntien ja valtion kulttuurihallinnossa, ainakin heitä kouluttavan tahon mukaan (Humak 2012, hakupäivä 19.3.2012).

Edellä mainitut tuottajatyypit tuntuvat yhdistyvän mediatuottajan käsitteen alle. Mediatuottaja osaa mediaprojektien suunnittelun, johtamisen, toteuttamisen se-

kä näihin liittyvän liiketoiminnan. Mediaprojekteiksi määritellään audiovisuaaliset, tapahtuma- ja internetpohjaiset tuotannot. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 19.3.2012.)

2.4 Radiotuottaja – lehtituottajan edeltäjä ja esikuva?

Näen radiotuottajan kenties lähimpänä sitä, mitä päällikkönä lehdessä toimiva tuottaja on. Radiotuottaja toimii nimittäin lähetysten ja radiokanavan päivittäisen toiminnan suunnittelijana (Hirvilammi 2010, 12). Penttilän ja Hirvilammin tutkimuksia vertaillen käy hyvin ilmi, että radiotuottaja tekee hyvin pitkälti samoja tehtäviä kuin uutispäällikkö sanomalehdessä.

Radiotoimittajan tapauksessa työn projektiluonteisuus on tavallaan kadonnut. Työ on jatkuvaa ja siinä tehdään samalla konseptilla eri sisältöistä tuotetta päivittäin, pidempiä ajanjaksoja kerrallaan. Silti työtehtävistä löytyvät samat vaiheet kuin projektipäällikönkin työtehtävistä. Maakuntaradion tuottaja suunnittelee ja ideoi ohjelman, jonka tulee olla paitsi kiinnostavaa, myös kanavan linjan mukaista. Tuottaja on toimittajan esimies ja vetää toimitusten palaverit. (Hirvilammi 2010, 18.)

Radiotuottajat työskentelevät vuoroissa ja seuraavat päivän uutisia sekä omien toimittajien työn jälkeä. Tuottajat ideoivat toimittajien kanssa tulevia juttuja ja sopivat jopa haastatteluja toimittajien puolesta. Lisäksi tuottajat päivittävät maakuntaradioiden verkkosivuja. (Hirvilammi 2010, 19.)

Radiotuottaja on siis tavallaan päivittäisen toimitustyön esimies, kuten uutispäällikkö sanomalehdessä. Radiotuottajan tapauksessa projektin käynnistävä ongelma on, miten luoda kiinnostava radiolähetys. Hän tekee suunnitelmat lähetysten toteuttamisesta, valitsee toimituksesta henkilöt tekemään työtä sekä mahdolliset avustajat juttujen tekoon. Kun lähetys on loppu, antaa hän toivon mukaan hyvän esimiestävän mukaisesti palautteen lähetysten tekijöille.

2.5 Odotuksia lehtituottajista

Tuottajan titteli on ollut sanomalehdissä käytössä vuodesta 1998, jolloin se tuli Journalistiliiton rekisteriin ammattinimikkeeksi. Tuottajien määrä alkoi tuolloin hyvin nopeasti kasvaa. Vuonna 1998 heitä oli seitsemän ja kymmenen vuotta myöhemmin jo 88, joista 44 työskenteli sanomalehdissä. (Kolari 2009, 166.)

Löysin ensimmäisen maininnan tuottajasta lehdessä vuodelta 2003. Tuottajalle ei vielä tämän vuosituhanen alkupuolella määrätynyt mitään tarkkaa toimenkuvaa, mutta ainakin vielä tuolloin tuottajuutta lehdessä pidettiin erilaisena kuin sähköisessä mediassa. (Aslama & Kivikuru 2003, 285.) Tuottajuuteen siirtyminen nähtiin tuolloin kehityksenä, jossa toimitukset pienenevät ja yhä isompi osa jutuista tehdään alihankintana. Tuottajat olisivat niitä, jotka pyörittäisivät paitsi toimitusta, myös kontrolloisivat alihankintakanavia. Esimerkki on haettu TV-puolelta, missä toiminta ilmeisesti vuosituhanen vaihteessa alkoi siirtyä tuotantoyhtiöihin (Paso 2005, 6)

Vuonna 2009 tuottaja kyettiin määrittelemään toimituksen esimieheksi, joka on tulosvastuussa suoraan lehden johdolle. Toimenkuva muistuttaa hyvin paljon uutispäällikön tehtävää, ja uutistuottaja on korvannut monin paikoin uutispäällikön. (Kolari 2009, 150.)

Aslaman ja Kivikurun vuonna 2003 tekemä ennustus näytti myös osuvan osin oikeaan. Tuottaja on se henkilö, joka lehden teossa on yhteydessä toimituksen ulkopuolelle, markkinointiosastoon ja avustajiin. (Kolari 2009, 150.) Nämä tehtävät kuuluivat vuosituhanen alussa ainakin osalle uutispäälliköistä (Penttilä 2001, 42), joten voi mielestäni aiheellisesti kysyä, onko uutispäällikön toimenkuva oikeastaan edes muuttunut tittelin vaihtumisen myötä.

Tuottajat voivat myös vastata tietyistä erikoissivuista tai liitteistä ja hoitavat niiden liikuttelemisen konsernin eri lehtien välillä (Kolari 2009, 154). Tätä tuottajuuden muotoa tukee myös Journalisti-lehdessä julkaistu Oula-Antti Labban haastattelu. Labba on Lapin kansan toinen saamenkielinen tuottaja ja hän paitsi kirjoittaa saamenkieliset jutut, myös suunnittelee ne sekä oikolukee sivut ennen

painoon menoa. Jutusta käy ilmi, että Labba on tavallaan sekä suorittavaa että suunnittelevaa porrasta. Hän suunnittelee ja toteuttaa lehden saamenkielisen sisällön yhdessä toisen tuottajan kanssa hoitaen siinä sivussa vielä toimitussihteerin, tai vuoropäällikön, tittelistä riippuen, tehtävät omien juttujensa osalta. (Sivula 2012, 18.)

Sanomalehdissä työskentelee nykyisin myös lukuisia verkkotuottajia. Emmi Katariina Rossi näkee opinnäytetyössään ideaaliset verkkotuottajan tehtävät pienessä lehdessä seuraavanlaisina.

Verkkotuottajan vastuulla olisi kaikki verkkoon menevä lukuun ottamatta mainoksia, joille on lehdessä omat vastuuhenkilönsä. Verkkotuottaja ei olisi tekemisissä printtilehden kanssa, paitsi niiden pätkien kanssa, jotka viikoittain laitetaan verkkoon.

Muina tehtävinä verkkotoimittajalla olisi keskustelupalstojen valvonta ja viestien moderointi. Hän myös vastaisi lukijoiden keskustelupalstalla esittämiin kysymyksiin, jos ne liittyvät lehteen ja sen juttuihin. Verkkotuottaja myös vinkkaisi lehden toimittajille hyvistä juttuaiheista, jos sellaisia keskustelupalstalta nousisi esiin.

Verkkotuottaja myös päivittäisi verkkojulkaisua päivittäin ja suunnittelisi yhdessä muun toimituskunnan kanssa maksullista sisältöä. Hän myös julkaisisi verkkosivuilla nopeita uutisia, jotka olisivat printtilehden ilmestyessä jo vanhentuneita. Tällöin printtilehti, aikataulun niin sopiessa, voisi syventää varsinaista verkkouutista. (Rossi 2011, 47.)

Rossi näkee verkkotuottajan paitsi sanomalehden verkkosivun valtiaana, myös verkkosisällön tekijänä. Verkkotuottaja kuuluu Kolarin mainitsemiin tuottajiin, jotka vastaavat jostain lehden kapeasta sisältöosasta. Kolarin määrittelemäksi uutispäällikön korvaajaksi hänestä siis ei ole, vaan hän muistuttaa vastuualueeltaan pikemminkin Labbaa. (Kolari 2009, 150; Sivula 2012, 18) On siis lähdettävä olettamuksesta, että tuottajan tehtäviä voi sanomalehdessä olla kahdenlaisia: suorittavaa porrasta laajennetulla vastuulla sekä päällikköporrasta.

2.6 Tuottajat sanomalehdissä

Keväällä 2012 suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien toimituksissa työskenteli 86 tuottaja-nimikkeellä toiminutta henkilöä. Heistä 17 oli uutistuottajia, 21 jonkin liitteen, sivun tai lehden osa-alueen tuottajia, 8 verkkotuottajia, 2 monimediatuottajia, 3 visuaalisia tuottajia, 8 teematuottajia sekä 27 muuta tai luokittelematonta tuottajaa. Tuottajien määrä ja tittelit ovat peräisin sanomalehtien verkkosivuilta.

Todellista tuottajien määrää on edelleen vaikea arvioida. 86 ei ole tarkka luku, sillä kyselytutkimuksen vastauksia analysoidessa selvisi, että tuottajan ja toimitajan ero on häilyvä. Joissain tapauksissa tuottajaa saatetaan kutsua talon sisällä tuottajaksi ja ulkopuolella toimittajaksi. Kolarin mielestä tuottajan käsitteessä on kyse lähinnä ammatti-identiteetistä (Kolari 2009, 150). On siis mahdollista, jopa todennäköistä, että tuottajan tehtäviä tekeviä ihmisiä on sanomalehdissä paljon enemmän kuin nuo mainitut 86.

Tuottajien olemassaoloa lehdissä ei voi selittää lehden koolla tai laadulla. Uutistuottaja löytyy niin kaksipäiväisestä Tyrvään Sanomista kuin yli 130 000 kappaaleen levikillä operoivasta Aamulehdestäkin. Tuottajien olemassaoloa ei voi myöskään selittää lehtien omistuksen jakautumisella. Esimerkiksi Sanoma Lehtimediaan kuuluvissa Kouvolan Sanomissa ja Kymen Sanomissa työskentelee uutistuottajia, mutta saman konsernin Etelä-Saimaassa ja Uutisvuoksessa heitä ei ole. Sama tilanne on Alma-Median Pohjois-Suomen maakuntalehdillä: Lapin Kansassa ja Kainuun Sanomissa on tuottajia, Pohjolan Sanomissa ei.

Näiden tietojen valossa lienee selvää, että sanomalehti pärjää myös ilman tuottajaa. Jokaisessa lehdessä on omanlaisensa toimitusorganisaatio (Penttilä 2001, 37) ja on vaikeaa kuvitella, että eri sanomalehdillä olisi kovin erilaisia toimintoja tai sisältöjä. Kyse lieneekin lähinnä siitä, kuka asioita tekee ja miten ne tehdään.

2.7 Tuottajia työllistävät seitsenpäiväiset ja alueelliset lehdet

Seuraavat seitsenpäiväiset ja alueelliset lehdet ilmoittivat maaliskuussa 2012 työllistävänsä yhden tai useampia tuottajia. Sanomalehtien rajauksesta kerron tarkemmin lisää luvussa 3.1.

Kaleva, ilmestymispaikka Oulu. Kalevan levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 78 216 ja levikkialueena on Pohjois-Pohjanmaa lukuun ottamatta maakunnan eteläistä Keski-Pohjanmaahan rajoittuvaa osaa.

Lapin Kansa, ilmestymispaikka Rovaniemi. Lapin Kansan levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 32 961 ja levikkialueena koko Lappi lukuun ottamatta Meri-Lappia.

Kainuun Sanomat, ilmestymispaikka Kajaani. Kainuun sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 20 265 ja levikkialueena Kainuun maakunta.

Karjalainen, ilmestymispaikka Joensuu. Karjalaisen levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 45 584 ja sen levikkialue kattoi koko Pohjois-Karjalan maakunnan.

Savon Sanomat, ilmestymispaikka Kuopio. Savon Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 64 546 ja sen levikkialue kattaa koko Pohjois-Savon maakunnan.

Länsi-Savo, ilmestymispaikka Mikkeli. Länsi-Savon levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 25 018 ja sen levikkialueena on Saimaan länsipuoleinen Etelä-Savon maakunta. Savon Sanomien ja Länsi-Savon levikkialueet ovat osin päällekkäisiä Pohjois- ja Etelä-Savon rajaseuduilla.

Itä-Savo, ilmestymispaikka Savonlinna. Itä-Savon levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 16 674 ja sen levikkialueena on Saimaan itäpuolinen Etelä-Savon maakunta. Itä-Savon levikkialue on osin päällekkäin Etelä-Saimaan levikkialueen kanssa Parikkalassa.

Kouvola Sanomat, ilmestymispaikka Kouvola. Kouvola Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 27 273 ja sen levikkialueena on pohjoinen Kymenlaakso, joka vuonna 2009 tapahtuneen Suur-Kouvola muodostamisen jälkeen käsittää vain Kouvola ja Iitti kunnat.

Kymen Sanomat, ilmestymispaikka Kotka. Kymen Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 23 208 ja sen levikkialueena on eteläinen Kymenlaakso.

Etelä-Suomen Sanomat, ilmestymispaikka Lahti. Etelä-Suomen Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 58 400 ja sen levikkialueena on Päijät-Häme lukuun ottamatta Heinola seutua, jossa ilmestyy kuusipäiväinen Itä-Häme-lehti.

Ilkka, ilmestymispaikka Seinäjoki. Ilkan levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 53 768 ja sen levikkialue on Etelä-Pohjanmaan maakunta.

Pohjalainen, ilmestymispaikka Vaasa. Pohjalaisen levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 25 517 ja sen levikkialue on Ruotsinkielinen Rannikko-Pohjanmaa sekä Etelä-Pohjanmaan itäiset osat. Pohjalaisella ja Ilkalla on yhteinen tuottaja.

Satakunnan Kansa, ilmestymispaikka Pori. Satakunnan Kansan levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 52 370 ja levikkialueena koko Satakunta sekä Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan eteläiset kunnat.

Aamulehti, ilmestymispaikka Tampere. Aamulehden levikki vuoden 2011 levikintarkastuksessa oli 130 081 ja sen levikkialue oli koko Pirkanmaa sekä Jämsän seutu Keski-Suomesta.

Hämeen Sanomat, ilmestymispaikka Hämeenlinna. Hämeen Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 28 296 ja sen pääasiallisena levikkialueena oli itäinen Kanta-Häme.

Turun Sanomat, ilmestymispaikka Turku. Turun sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 107 199 ja levikkialueena Varsinais-Suomi.

Salon Seudun Sanomat, ilmestymispaikka Salo. Salon Seudun Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 21 828 ja sen levikkialue on Varsinais-Suomen itäinen, Salon ympärille keskittynyt osa.

Iisalmen Sanomat, ilmestymispaikka Iisalmi. Iisalmen Sanomien levikki vuoden 2010 levikintarkastuksessa oli 12 686 ja sen levikkialue on Pohjois-Savon pohjoinen, Iisalmen ympärille keskittyvä alue.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Opinnäytetyöni pohjautuu kyselytutkimukseen, joka on toteutettu sellaisissa seitsenpäiväisissä alueellisissa sanomalehdissä, joiden palkkalistoilta löytyy yksi tai useampia tuottajia.

Aluksi pohdin haastattelututkimuksen tekemistä paikan päällä, mutta luovuin siitä hyvin nopeasti, koska kustannukset ja matkustamiseen käytetty aika ja energia olisivat kasvaneet ylivoimaiseksi esteeksi. Seuraavaksi puntaroin puhelinhaastatteluiden tekemistä, mutta aineiston määrä nousi jälleen esteeksi. Koska halusin tehdä mahdollisimman kattavan kartoituksen tuottajan tehtävistä kotimaisissa sanomalehdissä, päädyin aika laajaan lehtien otokseen. Rajaukseni kriteerit täytti 19 sanomalehteä, joten myös puhelinhaastattelu olisi osoittautunut aikataulullisesti hyvin suureksi haasteeksi.

Olen päättänyt käyttämään kyselytutkimusta nimenomaan kartoittavuuden vuoksi. Tuottajasta sanomalehdessä on haastavaa löytää minkäänlaista olemassa olevaa ja tarkasti yhteen koottua tietoa. Alan kirjallisuudessa tuottajat mainitaan ohimennen vain uusimmissa teoksissa ja heidän roolinsa jää pitkälti epäselväksi.

Ihmiselle, joka ei lue viestinnän eepoksia, on tietoa tarjolla vielä vähemmän. Kansan suurimmassa, vaikkakaan ei luotettavimmassa, tietolähteessä, Wikipediassa, ei lue, että sanomalehdessäkin voi työskennellä tuottaja (Wikipedia, viitattu 12.3.2012). Journalistisia esimiestehtäviä käsitteleviä tutkimuksia löytyy kyllä, mutta itse tuottajan työhön keskittyviä tutkimuksia on haastavaa löytää. Koen tärkeämmäksi selvittää pääpiirteittäin sen, miten ja mihin rooliin tuottajat ovat alun perin tutkimuksen kohteena oleviin lehtiin päätyneet kuin saada tarkkaa tietoa siitä, mitä tuottaja työpäivänsä aikana tekee.

Kyselytutkimus on lähetetty edellisessä luvussa mainittujen, seitsenpäiväisten maakunta- ja aluelehtien päätoimittajille. Tämä on tehty sen vuoksi, että tutkimuksenani on ollut selvittää, mikä on tuottajan rooli organisaatiossa ja mitä tuot-

tajalta vaaditaan. Käytännössä siis olen tutkinut sitä, millaisena lehden johto näkee tuottajan roolin päivittäisessä uutistyössä ja mitä lehti on kokenut saavansa siirtyessään tuottajan tittelin käyttöön toimituksessa. Tämän tutkimuksen kannalta on toissijaista, mitä tuottaja kokee itse päivittäin tekevänsä. Toimitusorganisaatioiden erilaisuudesta ja työntekijöiden omista vastuista ja kiinnostuksen kohteista johtuen tuottajilla saattaa olla myös täysin heidän työhönsä liittyvät tehtäviä vastuullaan (Penttilä 2001, 42).

Olen päätenyt tekemään kyselytutkimuksen vahvasti avoimiin kysymyksiin nojalla kaavakkeella, sillä minulla ei ole aiempaa kokemusta tuottajavetoisessa sanomalehdessä toimimisesta. Koen siksi tutkimuksen kannalta hyödyllisemmäksi, että toimitusorganisaatiot kertovat tuottajan toimenkuvasta omin sanoin sen, minkä itse kokevat olennaiseksi. Kyselyn lisäksi olen käyttänyt lähteinä journalismin ja erityisesti sanomalehdistön historiaa, kehitystä sekä esimiestehtäviä käsitteleviä kirjoja ja tutkielmia. Historiallinen näkökulma on paikallaan siksi, että tutkielman yksi tavoite on ollut selvittää, mihin tarpeeseen tuottaja vastaa. Esimiestehtäviä käsittelevien aiempien tutkielmien ja teosten käyttö puolestaan auttaa määrittämään sen, mitä toimituksen tehtäviä tuottajille on siirtynyt.

Tutkimukseni nojaa laadullisiin ja määrällisiin tutkimusmenetelmiin painottuen laadullisen tutkimuksen puolelle. Laadullinen tutkimus on arvoitusten ratkaisemista merkitystulkinnoilla tuotettujen havaintojen ja johtolankojen pohjalta (Alasuutari 1995, 44). Koska tutkielmani tähtää tuottajan toimenkuvan ja toimenkuvan synnyn selvittämiseen, voi sen määritellä laadulliseksi.

Alasuutari määrittelee määrällisen tutkimuksen siten, että aineisto on saatettavissa taulukkomuotoon ja tutkittaville asioille annetaan arvoa eri muuttujilla (Alasuutari 1995, 34). Tietyissä kyselyn vastauksissa tieto oli mahdollista saat-taa taulukkomuotoon, joten tässä suhteessa tutkimus on myös osin määrällistä.

Alasuutarin tekstistä tuntuu kuitenkin toistuvasti käyvän ilmi se, että hän ei pidä lomaketutkimusta keinona tehdä laadullista tutkimusta. Pidän yhtenä syynä tä-hän sitä, että Alasuutarin teos on vuodelta 1995, jolloin menettelytapa olisi ollut

hyvin hankala. Lomakkeet olisi käytännössä täytynyt lähettää paperisina, sillä vuosi teoksen kirjoittamisen jälkeen vain seitsemällä prosentilla suomalaisista kotitalouksista oli käytössään internetyhteys (Nieminen & Pantti 2009, 174).

Periaatteessa lomaketutkimuksen sijasta voitaisiin tämän tutkielman tapauksessa puhua myös sähköpostihaastattelusta, joka Alasuutarin teoksen kirjoittamisen aikaan oli vain ani harvalle mahdollinen keino.

3.1 Rajaus seitsenpäiväisiin sanomalehtiin

Tässä tutkielmassa tutkitut seitsenpäiväiset sanomalehdet voidaan jaotella maakunta- ja aluelehtiin. Mitään kunnollista määritelmää sille, mikä maakuntalehti on, on hyvin vaikeaa löytää verkosta. Sanomalehtien liiton Mikä on sanomalehti? -opetusmateriaalissa maakuntalehti määritellään maakuntakeskuksessa ilmestyväksi suurimmaksi sanomalehdeksi (Puro, hakupäivä 9.3.2012).

On kuitenkin hyvä muistaa, että kaikkien maakuntalehtien levikki ei kata koko maakuntaa, vaan maakuntien reuna-alueilla saattaa ilmestyä suuriakin aluelehtiä. Aluelehdet ovat lehtiä, jotka ilmestyvät maakuntalehtiä pienemmillä talousalueilla ja maakuntakeskuksia pienemmissä kaupungeissa (Puro, hakupäivä 9.3.2012).

Koen rajauksen seitsenpäiväisiin maakunta- ja aluelehtiin olevan riittävän tiukka ja aiheellinen, sillä monesti suurimmat aluelehdet vastaavat organisaatioiltaan ja myös levikiltään pienimpiä maakuntalehtiä. Jokapäiväistä ilmestymistiheyttä pidän sopivana rajauksena siksi, että koen omien maakuntalehti- ja paikallislehtikokemusteni pohjalta, että työn luonne lehdessä muuttuu, kun uutta lehteä ei tarvitse tehdä joka päivä. Näen siis myös, että tuottajan työ alue- ja maakuntalehdissä on erilaista kuin paikallislehdissä.

Maamme ruotsinkielistä lehdistöä ei tässä tutkimuksessa ole huomioitu. Ei myöskään maamme valtakunnallista lehdistöä. Näin esimerkiksi tuottajia työllistävä Helsingin Sanomat putoaa pois aineistostani.

3.2 Tutkimusaineisto

Kyselytutkimus on lähetetty luvussa 2.7 lueteltujen lehtien päätoimittajille. Näiden lehtien verkkosivujen mukaan niiden toimituksissa työskentelee yksi tai useampia tuottajia. Kainuun Sanomiin tutkimusta ei lähetetty. Tämä johtuu siitä, että käydessäni läpi tuottajia työllistäviä sanomalehtiä maaliskuussa 2012, en löytänyt Kainuun Sanomien verkkosivuilta mainintaa tuottajasta. Kuukautta myöhemmin lähteitä tarkistaessani sellainen kuitenkin löytyi. Lehdistä kahdella oli yhteinen vastaava päätoimittaja ja kahdella yhteinen toimitus. Lehtiä oli yhteensä 18 ja kysely lähetettiin 16 päätoimittajalle. Kyselykaavake on tehty Google Docs -pohjalle ja linkki kyselyyn on lähetetty päätoimittajille sähköpostitse. Kyselykaavake on liitteessä 1.

Vastausprosenttia nostaakseni olin puhelimitse yhteydessä kolmeentoista kuudesta päätoimittajasta jo ennen kyselyn lähettämistä. Lähetin linkin kyselylomakkeeseen sähköpostitse. Vastauksia tuli kahdeksalta päätoimittajalta sekä yhdeltä toimituspäälliköltä ja vastausprosentti oli näin 56,25. Vastaukset kattivat 10 lehteä, joissa työskenteli 36 lehtien verkkosivuilla ilmoitetusta 86 tuottajasta. Vastaukset kattaneissa lehdissä työskentelee niiden verkkosivujen mukaan 2 uutistuottajaa, 5 verkkotuottajaa, 1 monimediatuottaja, 6 teematuottajaa, 14 eri sivun tuottajaa sekä 8 muuta tuottajaa.

Vaikka vastausaineisto kattaa alle puolet suomalaisissa seitsenpäiväisissä alueellisissa lehdissä työskentelevistä tuottajista, uskon aineistoa silti kertyneen riittävästi, jotta oikeansuuntaisia johtopäätöksiä sen pohjalta voi tehdä. Tutkielman tavoite on saada jonkinlainen selvyys tuottajan toimenkuvasta. Koska jokainen toimitusorganisaatio on erilainen, ei yleispätevää kuvaa voi saada, vaikka aineistossa olisivat mukana kaikki Suomen tuottajat. Yleistystä on tehtävä.

Pidin loppuun asti vaihtoehtona myös sitä, että olisin täydentänyt kyselytutkimusta vielä myöhemmin lisähaastatteluilla joko päätoimittajia tai tuottajia lähtienä käyttäen. Luovuin kuitenkin tästä ideasta ja tärkein syy oli aineiston laatu. Keräämäni tiedon läpi käytyäni ja luokiteltuani huomasin, että vastauksista löytyi

selkeitä yhteneväisyyksiä ja aineiston perusteella oli mahdollista päästä riittävän tarkkoihin johtopäätöksiin.

Toki aineistossa oli omat haasteensa. Avoimiin kysymyksiin nojaava tutkimus johti siihen, että tiedosta tuli pirstaleista. Lisäksi ongelmana olivat vastaajien hyvin erimittaiset vastaukset. Siinä, missä yksi vastaaja kertoi pitkän ja taustoitetun vastauksen, saattoi toinen vastaaja vastata yhdellä sanalla. Vastaukset kerättiin päätoimittajilta 22.3. – 4.4.2012 välillä.

4 TULOKSET

4.1 Uusvanhat tuottajat

Tuottajan toimenkuva on syntynyt jokaisen tutkimuksessa mukana olleen lehden toimitukseen eri aikaan. Vuodet, jolloin toimenkuva on syntynyt, ovat olleet 2003, 2006, 2007, 2008, 2009 ja 2010. Yksi lehti oli tuonut tuottajat toimintaansa mukaan kahdessa vaiheessa: ensimmäisen vuonna 1999 ja monimediatuottajan 2008. Kahdessa lehdessä ei pystytty määrittelemään tarkkaa tuottajan tittelin käyttöönottoaikaa. Molemmat näistä vastaajista sijoittivat sen johonkin 1990-luvulle.

Käytännössä tuottajan titteliä on ollut mahdollista käyttää vuodesta 1998 saakka, jolloin Journalistiliitto otti sen rekisteriin ammattinimikkeenä myös painoviestinnän osalta. Tämän jälkeen tuottajien määrä on kasvanut voimakkaasti. (Kolari 2009, 166.)

Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että toimenkuva on reilusti titteliä vanhempi. Hänen lehtensä ei työllistä yhtään virallista tuottajan tittelillä työskentelevää henkilöä, mutta kuitenkin tuottajana toimivia toimittajia. Kyseinen vastaaja sijoitti tuottajan tehtävien synnyn jo johonkin 1980-luvulle. Tuottajista puhuminen lehdessä kuitenkin alkoi vasta 1990-luvun puolen välin jälkeen.

4.2 Pomo tai sisällöntuottaja

4.2.1 Uusi uutispäällikkö

Vastauksista erottui selkeästi kahdenlaisia tuottajia. Jo tietoperustaa kootessa kävi selväksi, että tuottajan tittelillä työskentelee hyvin erilaisia ihmisiä riippuen organisaatiosta. Kyselytutkimuksen tulokset todistivat tämän arvion oikeaksi.

Selkeimmin määriteltävä sanomalehden tuottaja on uutis- tai toimituspäällikön korvannut ja suurilta osin tämän roolin omaksunut toimituksen esimies. Tällaisia tuottajia löytyi tutkimusaineistosta kaksi kappaletta, joista toinen työskenteli samassa roolissa kahdessa eri lehdessä.

Uutistuottajien tehtäviin vastaajat luettelivat vastuun toimituksen journalismista, uutistoiminnan johtamisen, toiminnan kehittämisen ja toimituksellisen yhteyksien hoitamisen yhteistyökumppaneihin sekä toimitusten resurssien koordinoimien. Yksi vastaaja mainitsi omassa vastauksessaan uutistuottajan hoitavan perinteisiä uutispäällikön töitä. Toinen vastaaja kertoo, että uutistuottajan vuonna 2010 käyttöön otettu titteli on nykyisin vaihdettu toimituspäälliköksi, sillä sen koetaan lehdessä vastaavan paremmin toimenkuvaa.

Teoriassa uutistuottajan kuva vaikuttaa selkeältä, mutta jouduin silti johtopäätöksiä toimenkuvasta tehdessäni turvautumaan usein arvailuihin. Käytännössä kyselyn tuottama materiaali toimenkuvasta oli niin ohutta, että siitä ei ollut uutistuottajan toimenkuvan määrittelyssä kovin suurta apua.

4.2.2 Feature-tuottaja

Uutistuottajia enemmän vastauksissa korostui erilaisten teema- ja sivutuottajien rooli. Nämä tuottajat siis vastaavat tietyistä lehden osa-alueista. Ne voivat olla liitteitä, viikonloppusivuja tai tiettyjä, toistuvia ja samoja aihealueita käsitteleviä sivuja. Osa tuottajista vastaa yhdestä, osa useammasta liitteestä tai sivukokonaisuudesta. Tällainen tuottaja on yhtä lukuun ottamatta kaikissa tutkimusaineiston lehdissä.

Feature-tuottajat paitsi vastaavat liitteiden suunnittelusta, myös kokoavat sisällöt ja monin paikoin editoivat jutut. Osa heistä vastaa itse koko sivusta kirjoittamalla myös jutut. Osa taas kokoaa kaiken toimituksellisesta sisällöstä alkaen muualta, joko muilta lehden toimittajilta tai ulkopuolisilta avustajilta. Tällöin tuottajan työssä korostuvat myös yhteydet toimituksen ulkopuolelle.

Kolmessa vastauksessa mainittiin myös lehtien välinen yhteistyö. 1900-luvun lopulla lehdet alkoivat päätyä samojen omistajatahojen alle (Nieminen & Pantti 2009, 77). Tämä on johtanut siihen, että lehdillä on yhä enemmän myös samaa sisältöä (Raittila & Kupari 1999, 14).

Tuottajien tehtävät yhteisen sisällön parissa voivat vastausten perusteella jakautua joko niin, että samasta osiosta saman konsernin eri lehdessä vastaavat tuottajat sopivat keskenään, mitä sisältöjä vaihdetaan, tai sitten he tuottavat sisältöä molempiin lehtiin. Lisäksi osalla lehtikonserneista on yhteinen toimitus, joka tuottaa sisältöä kaikkiin saman konsernin lehtiin.

Kaikissa teema- ja sivutuottajia käsittelevissä vastauksissa korostuu se, että sisältöä tuottava ja tietystä osa-alueesta vastaava tuottaja ei työskentele varsinaisella uutispuolella, vaan nimenomaan feature-tyyppisen journalismin parissa.

4.2.3 Verkon valtias

Olen eritellyt verkko- ja monimediatuottajan tässä yhteydessä omaksi alalajikseen. Perusteluna on se, että nämä toimivat osana sanomalehden toimitusta, mutta eri julkaisualustalla kuin perinteiset toimittajat.

Verkkotuottaja vastaa sanomalehden verkkosivustosta. Hän pitää huolen sivuston uutistarjonnasta ja tekee osan jutuista itse. Osa jutuista tulee muilta lehden toimittajilta, osa puolestaan tietotoimistojen uutisvirrasta kuten osa paperiversionkin jutuista.

Monimediatuottajan titteli, tai sitä vastaavat toimenkuvat puolestaan esiintyivät lehdissä, joissa verkkoon tuotettiin aktiivisesti muutakin sisältöä kuin uutisia. Kaksi lehdistä kuuluu viestintäyhtiöön, joissa on myös paikallis-tv-kanava. Nämä tuottajat toimivat lehden toimituksessa, yhteistyössä tv-kanaviin päin. He vastaavat lehden videotuotannosta kanaville sekä videosisällöstä lehtien verkkosivuilla. Toisessa lehdistä monimediatuottaja myös kuvasi ja editoi itse verkkovideoita. Hänen lisäksi näitä tehtäviä hoitivat lehden valokuvaajat.

4.3 Vastuut muuttuivat

Kuudessa vastanneessa lehdessä nykyään tuottajien hoitamia tehtäviä hoiti ennen toimituspäällikkö tai uutispäällikkö. Kahdessa lehdessä tehtäviä hoitivat en-

nen toimittajat ja yhdessä vastauksessa kerrottiin päälliköiden ja toimittajien hoitaneen tehtävät ennen yhdessä.

Yhdessä vastauksessa ei osattu määritellä, kuka tehtäviä ennen hoiti, sillä siinä koettiin toimintojen syntyneen sitä mukaa, kun tuottajavetoiseen toimintatapaan on siirrytty. Teemaliitteet ja -sivut tehtiin kyseisen lehden uutistoimituksissa, joten nähdäkseni myös siellä vastuu jakautui päällikön ja toimittajien kesken.

4.4 Olemassaoleva organisaatio täydentyi

Käytännössä tuottajan tuleminen lehteen ei tarkoittanut lehden teon keksimistä uudelleen. Vain kolmessa vastauksessa mainitaan tuottajan toimenkuvan olevan täysin uusi. Kuudessa lehdessä tehtävä syntyi entisten tehtävien rinnalle tai entisiä tehtäviä uudelleen järjesteltäessä.

Kahdessa vastauksessa mainitut täysin uudet toimenkuvat liittyvät lähinnä toimitusorganisaation muutoksiin ja lehden toiminnan laajenemiseen. Toisessa tapauksessa kyse on kahden lehden toimituksen yhdistämisestä, toisessa puolestaan verkkoon aiempaa enemmän panostamisesta. Yhdessä vastauksessa mainitaan, että mikään ei muuttunut, vaan kyse on lähinnä titteleiden vaihtumisesta.

4.5 Uudet tehtävät

Myös toimitusten uusia tehtäviä analysoidessa oli helppo päätyä useasti tässä tutkimuksessani siteeraamaan Penttilän väitteeseen, että jokaisessa toimituksessa eri titteleillä toimivien ihmisten toimenkuvat ovat hieman erilaisia (Penttilä 2001, 37). Kahdessa aineistoni vastauksessa mainitaan verkostoitumisen oman toimituksen ulkopuolelle kasvaneen tuottajan tulon myötä. Toisessa mainitaan lisäksi juttuvaihdon konsernin muiden lehtien välillä kasvaneen. Kahdessa vastauksessa mainitaan liitteiden ja tema-aineiston määrän kasvaneen tuottajien aikana. Toisessa näistä lehdistä tuottajien määrä on kasvanut ja päälliköiden määrä vähentynyt myös osastojen yhdistelemisen myötä.

Kolmeen lehteen tuottajat ovat tuoneet täysin uuden toimenkuvan. Yhdessä kyse on verkkojournalismin määrään, laatuun ja monimuotoisuuteen aiempaa enemmän panostamisesta. Kahdessa muussa tuottajien tulo ajoittui samaan aikaan kuin lehtien toimitusten yhdistäminen, jolloin toimenkuvat menivät kokonaan uusiksi.

Kahdessa vastauksessa sanotaan, että lehdessä mikään ei ole muuttunut tuottajien tulon myötä. Yhdessä vastauksessa kerrotaan, ettei uusia toimenkuvia varsinaisesti ole syntynyt, mutta tuottajat ovat keventäneet päällikköiden työtaakkaa, kun vastuu osasta lehden kokonaisuuksista on siirretty heiltä pois.

4.6 Tuottaja selkeytti työnjakoa

Peräti kuuden lehden osalta mainittiin tuottajan tuomana muutoksena työnjaon selkiytyminen lehden toimituksessa. Tuottajan tulo on niissä vapauttanut toimitajat tekemään sitä, mitä parhaiten osaavat, eli kirjoittamaan juttuja. Yhdessä vastauksista puolestaan asetelmat olivat toisin päin. Vastuuta on saatu tuottajan toimenkuvan synnyn myötä siirrettyä laajemmalle joukolle tekijöitä, mikä helpotti päällikköiden työntekoa.

Kahden lehden osalta vastauksissa mainitaan päivittäisen uutistyön rutiinien selkeytyminen. Yhdessä lehdessä palaverikäytännöt ja rutiinit muuttuivat tuottajien tulon myötä. Yhdessä vastauksessa painotettiin ennakkosuunnittelun parantamista lehden teossa. Vastauksessa kerrottiin, että nyt liiteaineisto saadaan taitettua hyvissä ajoin ennen muun lehden taittoon menoa, kun ennen koko lehti taitettiin vasta illalla. Monimediatuottajan tulo toi yhteen lehteen täysin uuden kanavan. Lehti alkoi tuottajan tulon myötä julkaista verkkosivuillaan videouutisia. Kahdessa vastauksessa sanottiin, ettei tuottaja ole vaikuttanut lehden päivittäiseen toimintaan mitenkään.

4.7 Organisaatiomuutos ja tuottaja

Vastauksista kävi ilmi, että tuottajan tulo lehteen ei aina merkinnyt suurempaa muutosta lehden toimitusorganisaatiossa. Seitsemässä lehdessä tuottajat olivat osa organisaatiomuutosta, kolmessa vastauksessa muutokset toimitusorganisaatioon nähtiin vähäisempinä.

Kahteen lehteen syntyi tuottajan vakanssi, kun niiden toimitukset yhdistettiin. Yhdessä lehdessä tuottajat puolestaan tulivat mukaan, kun lehdessä uudistettiin sekä rakenne, ulkoasu että sisältö. Lisäksi lehti otti käyttöön monimediatuottajan, kun se perusti erillisen monimediatoimituksen.

Yhdessä vastauksessa mainitaan tuottajien tulleen osana maakuntalehtien yhteistyön syvenemistä, kolmessa puolestaan mainitaan tuottajien tulleen mukaan lehden toimitukseen osana lehden toimituksen johdon uudelleenorganisointia.

Yhdessä vastauksista tätä uudelleenorganisoinnin käsitettä ei avata mitenkään. Kahdessa muussa organisointi liittyy uutispäälliköihin. Yhdessä lehdessä siirryttiin neljän uutispäällikön järjestelmään ja uutispäälliköiden vastuu kasvoi. Toisessa lehdessä puolestaan kaksi uutispäällikköä vaihdettiin uutisista vastaavaan toimituspäällikköön ja liitteistä vastaavaan teematuottajaan.

Jonkinlaisia muutoksia tapahtui myös yhdessä sellaisessa lehdessä, josta organisaatiomuutosta koskevaan kysymykseen vastattiin kieltävästi. Siellä tuottajat syntyivät uudeksi väliportaaksi, kun toimituspäälliköiden ja toimittajien väliin kaivattiin uutta esimiesporrasta. Syynä oli toimituspäälliköiden suorien alaisten määrän kasvaminen liian suureksi.

Kahdessa organisaatiomuutosta koskevassa, kieltävässä vastauksessa mainittiin, että oleellista muutosta ei tapahtunut. Tuottajien myötä liitteiden ja erikoissivujen määrä kasvoi, vaikka toimitukseen ei tehty muutoksia.

4.8 Toiveissa parempi sisältö ja suunnitelmallisuus

Kysyttäessä, mitä tuottajan työllä haluttiin saavuttaa, mainittiin neljässä vastauksessa lehden sisällön parantaminen. Kolmessa vastauksessa puolestaan painotettiin parempaa sisällön ennakosuunnittelua. Kolme lehteä halusi parantaa yhteistyötä konsernin eri lehtien välillä.

Viidessä vastauksista sanottiin myös, että toiminnan tehokkuutta haluttiin lisätä. Kahdessa vastauksista mainittiin erikseen sisällön kokoamisen tehostaminen. Yhdessä vastauksessa tavoitteeksi mainittiin vastuun jakaminen. Lisäksi yhdessä vastauksessa haluttiin tehdä ero tuottajan ja toimituksen yleisjohtoa edustavan uutispäällikön välille.

4.9 Tavoitteet onnistuivat

Peräti kahdeksan lehden osalta mainitaan suoraan, että tuottajan tuominen organisaatioon on auttanut täyttämään luvussa 4.8 mainitut tavoitteet, eli suunnitelmallisuuden ja sisällön parantaminen. Seitsemän lehden osalta mainitaan laadun ja kolmen lehden osalta suunnitelmallisuuden parantuminen. Kolmessa vastauksessa mainitaan lisäksi onnistunut vastuunjako lehdessä.

Yhdessä vastauksessa sanotaan, että tuottajien tulolla lehden tekoon on periaatteessa saatu se, mitä sillä on tavoiteltukin. Vastauksessa mainitaan kuitenkin haasteiksi tehtäväkierto sekä tuottajan eristäytyminen muusta toimituksesta ja päivittäisestä uutisvirrasta.

Yhdessä vastauksista ei tuottajaa itsessään nähdä merkityksellisenä lehden kehittämiselle. Sen mukaan on yhdentekevää, mitä titteliä tehtävissä käytetään.

4.10 Tuottajan paikka toimituksessa

Tuottajien asemassa eri lehtien toimituksissa oli suuria eroja. Tämä johtunee siitä yksinkertaisesta syystä, että eri lehtien toimituksissa eri tittleillä olevilla henkilöillä on erilaisia vastuualueita (Penttilä 2001, 37).

Kolmessa lehdessä tuottajan lähin esimies toimituksessa on toimituspäällikkö ja kahdessa uutispäällikkö. Kolmessa lehdessä esimies on lehden päätoimittaja, yhdessä osastopäälliköt ja yhdessä lehdessä esimieheksi mainitaan toimituspäällikkö tai päätoimittaja.

Viidessä lehdessä tuottajan lähin alainen toimituksessa on toimittaja. Kahdessa tällaisessa vastauksessa toimittajan kanssa samalle viivalle tuottajan alaisiksi on asetettu kuvaajat, yhdessä vastauksessa myös graafikot ja taittajat. Kolmessa lehdessä tuottajilla ei ole alaisia. Kahdessa lehdessä mainitaan, että tuottaja on freelancereiden esimies, mikäli talon ulkopuoliset avustajat voidaan alaisiksi laskea. Yhdessä vastauksessa sanotaan, että tuottaja sopii juttujen tekijät uutispäällikön kanssa, joka on toimittajien esimies. Kahdessa lehdessä tuottajan alaisia ovat uutispäälliköt ja osastojen esimiehet. Näillä lehdillä on yhteinen toimitus.

Tuottajien kanssa samalla tasolla toimituksen organisaatiossa mainitaan kolmessa vastauksessa olevan osastojen esimiehet, yhdessä uutispäällikkö ja yhdessä toimituspäällikkö. Yhdessä tuottajan mainitaan olevan samalla viivalla toimittajan kanssa. Kolmessa vastauksessa sanotaan, että kukaan ei ole tuottajan kanssa samalla tasolla organisaatiossa. Yhdessä vastauksista lisätään, että periaatteessa tuottaja ja toimitussihteeri ovat organisaatiossa samalla tasolla, mutta käytännössä tuottajan toimenkuva on hieman suppeampi. Toimitussihteerillä on esimiesvastuita myös iltaisin ja viikonloppuisin, tuottajilla näitä ei ole.

4.11 Hyvä tuottaja

Kyselyssä kysyttiin, millaisia ominaisuuksia edellytettäisiin, mikäli lehteen haettaisiin uutta tuottajaa. Ideointikyky ja yhteistyötaidot mainittiin neljässä vastauksessa, paineen- ja stressinsietokyky, johtamistaidot, uutisnenä, organisointitaidot ja itsenäisyys kolmessa vastauksessa. Kahdessa vastauksessa mainittiin ennakkoluulottomuus, kokemus ja luovuus sekä kyky kantaa vastuuta. Yhden maininnan olivat saaneet luotettavuus, diplomaattisuus, kirjoitustaito, jousi-

vuus, laaja-alaisuus ja kyky uudistaa. Näiden lisäksi mainittiin kolmessa vastauksessa, että jotain tai joitain edellä mainittuja kykyjä tarvitaan normaalien toimittajan valmiuksien lisäksi.

4.12 Miksi tuottaja?

Lomakkeen viimeisessä, pakollisessa kysymyksessä haettiin vastausta siihen, miksi lehti oli ottanut tuottajan tittelin käyttöön. Seitsemässä vastauksessa mainittiin sen olevan sopiva tai kaikkein sopivin ja kuvaavin titteli kyseisiä tehtäviä hoitavalle henkilölle. Kahdessa vastauksessa mainittiin, että tuottaja on trenditermi, jota on muodikasta käyttää.

Yhdessä tittelin sopivuuden maininneessa vastauksessa lisättiin, että uutistuottaja muutettiin myöhemmin toimituspäälliköksi, koska kuvaus ei sittenkään osunut kohdalleen. Yhdessä vastauksessa puolestaan sanottiin, että tuottaja on pikemmin sisäinen termi tuottajamaisia tehtäviä hoitavalle toimittajalle, jota ulospäin kutsutaan toimittajaksi.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tuottajan määritelmä

Lähdin opinnäytetyötä aloittaessani etsimään jonkinlaista yleispätevää määritelmää tuottajalle. Alussa olin sitä mieltä, että tuottajan täytyy olla projektipäällikkö (Saari 2007, 9). Periaatteessa väite osoittautuu oikeaksi, jos yksi lehti nähdään yhtenä projektina ja päivittäinen lehtityö jonkinlaisena sarjaprojektina.. Joka tapauksessa sanomalehden tuottajan työstä voi erottaa samanlaisia vaiheita kuin projektipäällikölläkin.

Tämän tutkimuksen pohjalta voisi sanomalehtikentällä toimivan tuottajan määritellä toimittajaksi tai esimiestehtävissä työskenteleväksi toimittajaksi, joka vastaa yhdestä tai useammasta kokonaisuudesta lehden sisällä. Tällaisia kokonaisuuksia voivat olla esimerkiksi yksittäiset teemasivut, lehden liitteet tai vaikkapa lehden verkkosivu. Jokaisessa toimitusorganisaatiossa nämä vastuut ovat erilaiset.

Näillä tuottajan ja projektin määritelmillä selittyy myös uutistuottajan tittelin käyttö. Jos tuottajahierarkiassa matalimmalla oleva tuottaja-toimittaja vastaa yksittäisestä lehden sivusta, esimerkiksi teematuottajan tittelillä toimiva henkilö useista teemasivuista ja -liitteistä, niin uutispäällikönkin voi periaatteessa nähdä tuottajana. Vastaahan hän päivittäisestä uutistoiminnasta ja sen suunnittelusta.

Käytännössä ja laveasti rajaten on mahdollista nähdä tuottaja kolmessa erilaisessa ja eri paikkaan toimituksen hierarkiassa sijoittuvassa roolissa päivittäisessä toimitustyössä. Olen määritellyt nämä tuottajat tekijä-tuottajaksi, päällikötuottajaksi sekä verkkotuottajaksi. Viimeksi mainittu rajausta tuntuu kahden muun rinnalla hieman erikoiselta, mutta on mielestäni perusteltu. Tutkimustuloksista kävi hyvin ilmi, että lehdet nykyään julkaisevat verkossa paljon muuta kuin pelkkiä perinteisiä uutisia.

Uutistuottajat käsittelen päällikkötuottajasta erillään kahdesta syystä. Ensinnäkin muut tuottajat työskentelevät lähes yksinomaan sähköisen viestinnän tai feature-aineiston parissa, uutistuottaja puolestaan päivittäisessä uutistyössä. Feature- ja verkkosisällöt ovat tulleet lehtiin paljon uutisia myöhemmin. Toisekseen uutistuottajia mahtui tutkimusaineistoon niin vähän, että heidän osaltaan on tiedon sijasta turvauduttava välillä arvailuihin.

5.1.1 Tekijä-tuottaja

Tekijä-tuottaja vaikuttaisi hyvin pitkälti olevan tuottajamuotoisen työskentelyn ensimmäisenä syntynyt aste sanomalehdissä. Käyttämäni tekijä-tuottajan termin olen lainannut Oulun seudun ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman Mediaprojekti-opintojaksolta (Oulun seudun ammattikorkeakoulu 2012, hakupäivä 16.4.2012). Opintojakson puitteissa opiskelija suunnittelee ja toteuttaa oman mediatuotannon ja jokaisella tuotannolla on oltava oma vastuhenkilö. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu 2012, hakupäivä 16.4.2012). Mikäli tuotantoon ei kiinnitetä mediatuottamisen opiskelijaa, on jonkun tuotannon tekijöistä toimittava itse tuottajana.

Olen itse toiminut yhdessä mediaprojektissa tekijä-tuottajana. Toteutin syksyllä 2011 Oulussa kantaesitetyn Spoon River -oopperan tiedotuksen ja markkinointimateriaalit. Toimin oopperassa paitsi tiedottajana ja copywriterina, myös tuottajana oopperan markkinointimateriaalin osalta. Ensisijainen tehtäväni oli olla suorittavaa porrasta ja työskennellä koko oopperaproduktion tuottajan alaisuudessa. Toissijainen tehtäväni oli vastata siitä, että meidän kolmihenkisen tiedotus- ja markkinointiryhmämme luvat, sopimukset ja dokumentointi olivat kunnossa. Vastasin aikataulujen suunnittelusta ja pitävyydestä, projektisuunnitelman luomisesta, yhteydenpidosta tuottajaan ja siitä, että koko projekti tuli ajallaan ulos. Olin siis sekä tekijä että tuottaja. Projektin dokumentoinnissa ja sopimuksissa minusta käytettiin titteliä tekijä-tuottaja.

Olen halunnut käyttää tekijä-tuottajan titteliä tässä yhteydessä, koska se on mielestäni parhaiten toimenkuvaa vastaava. Tämä sanomalehden tekijä-tuottaja

on tavallinen, lehden jonkin osaston toimittaja, jolla on erityisvastuuna jokin lehden osio, useimmiten jokin erikoissivu. Hän ei työskentele uutisten, vaan teema-aineiston parissa.

Tekijä-tuottaja raportoi tekemisistään osaston esimiehelle tai osastopäällikölle, eikä siten työskentele suoraan lehden johdon alaisena. Hänellä ei myöskään ole omia alaisia, vaan hän joko toteuttaa sisällöt itse tai käyttää avustajia. Hän huolehtii myös oman osionsa editoinnista ja paketoinnista. Virallisesti hän on kuitenkin toimittaja. Kaikissa lehdissä näitä tekijä-tuottajia ei välttämättä edes mielletä tuottajiksi, vaan heihin saatetaan edelleen viitata toimittajina.

Vastauksista käy ilmi, että tekijä-tuottajia olisi alettu käyttää viimeistään 1990-luvulla, ehkä kuitenkin jo sitä edeltäneellä vuosikymmenellä. Silloin tuottajanimikettä ei kuitenkaan vielä ollut käytössä toimituksissa, joten nämä toimittajat olivat erityisistä vastuualueistaan huolimatta titteliltään toimittajia.

5.1.2 Päällikkötuottaja

Päällikkötuottajat näyttäisivät olevan tekijä-tuottajasta seuraava kehitysaste. Olen päätenyt päällikkö-etuliitteeseen, koska vastausaineiston mukaan näillä tuottajilla on lähes poikkeuksetta alaisia. Päällikkötuottajia lienee alkanut syntyä vuoden 1998 jälkeen, kun journalistiliitto hyväksyi tuottaja-nimikkeen käytön lehdissä (Kolari 2009, 166). Ensimmäinen maininta päällikkötuottajasta tutkimusaineistossa oli heti seuraavalta vuodelta.

Päällikkötuottaja sijoittuu toimituksen hierarkiassa joko uutis- tai toimituspäällikön alaisuuteen riippuen siitä, miten lehdessä on haluttu toimia. Päällikkötuottaja vastaa myös lehden tarjoamasta feature-aineistosta tekijä-tuottajan tapaan sillä erotuksella, että hän toteuttaa vain vähän tai ei lainkaan materiaalia itse.

Jutut kirjoittavat päällikkötuottajan alaisuudessa työskentelevät toimittajat tai avustajat. Riippuu lehden koosta, kuka jutut tekee. Suurissa lehdissä päällikkö-

tuottajien alapuolella voi olla erityistoimittajia, pienemmissä lehdissä taas juttujen tekijät ovat avustajia tai uutistoimituksen väkeä.

Päällikkötuottajat ovat ne tuottajat, joiden toimenkuvan synnyssä suunnitelmallisuuden parantaminen ja vastuiden uudelleenjako näyttelevät suurinta roolia. Aiemmin teema- ja liitemateriaalia on toteutettu kahdella erilaisella käytännöllä. Toinen, tekijä-tuottajiin nojaava käytäntö näyttäisi olleen se, että tekijä-tuottajat tekivät kaiken alusta loppuun. Toinen käytäntö puolestaan oli se, että teema-aineiston suunnittelu- ja editointivastuu oli uutispäälliköllä ja toteutuksen hoitivat toimittajat. Päällikkötuottajamallissa suunnittelu- ja editointityö on ulkoistettu päällikölle. Vastausten mukaan tällä on ennakkoinnin lisäksi onnistuttu parantamaan myös laatua.

On lehdestä kiinni, missä määrin feature-aineistosta vastaavat tekijä-tuottajat ja missä määrin päällikkötuottajat. On olemassa lehtiä, joissa jokaisella teemasiivulla on edelleen oma tekijä-tuottajansa, on olemassa lehtiä, joissa vain suuremmat kokonaisuudet on nivottu tuottajien alle, ja on olemassa lehtiä, joissa kaikki kokonaisuudet on nivottu tuottajien alle. Päällikkötuottajilla on myös usein vastuu siitä, millaista ja mitä sisältöä saman konsernin eri lehtien välillä jaetaan.

5.1.3 Verkkotuottaja

Kuten aiemmin mainitsin, on verkko- tai monimediatoittaja eritelty omaksi osalueekseen siksi, että hänen on osattava muutakin kuin journalistisen sisällön tuottaminen. Sanomalehdillä on nykyisin verkossa tekstin lisäksi myös kuvia ja videoita. Vaikka verkkotuottajan ei nähdäkseni tarvitse olla koodari, on jonkinlainen tekninen osaaminen tarpeen tässä työssä.

Verkkotuottajissa tuntuukin korostuvan moniosaajuus. Moniosaaja on toimittaja, joka hallitsee journalististen sisältöjen tuottamisen useisiin eri kanaviin alusta loppuun (Ruohonen 2002, 6). Esimerkki moniosaajasta voisi olla toimittaja, joka kirjoittaa printtijuttuja, kuvaa ja editoi videota sekä valokuvaa itse.

Verkkotuottaja on jonkinlainen tekijä-tuottajan ja päällikkötuottajan hybridi. Verkkotuottaja tekee itse juttuja, mutta myös vastaa verkon sisällöstä. Hän siis myös kontrolloi sitä, minkälaista sisältöä muut lehden toimittajat verkkoon tuottavat. Käytännössä hän on tekijä-tuottaja, mutta olisi toisaalta määriteltävissä myös päällikkötuottajaksi, sillä juttuja verkkoon tekevät myös lehtien rivitoimittajat.

Luvussa 2 esittelin ideaalin verkkotuottajan Emmi-Katariina Rossia lainaten henkilönä, joka myös kehittää verkkoa sekä moderoi keskustelupalstoja ja vastaa niillä lukijoiden kysymyksiin. Tällaisesta toiminnasta ei kyselyni vastauksissa tullut tietoa. Toisaalta verkko- ja monimediatoittajia käsittelevissä vastauksissa mainittiin lehden verkkosivuista vastaaminen, mikä voi periaatteessa kattaa myös moderoinnin ja muut Rossin kuvaamat tehtävät.

5.1.4 Uutistuottaja

Vastausaineistoni kattoi vain kaksi uutistuottajan tittelillä työskentelevää henkilöä. Toinen heistä työskenteli aluelehdeksi luokiteltavassa lehdessä, toinen kahdessa, toimituksensa yhdistäneessä suuressa maakuntalehdessä.

Uutistuottajan tehtäviä on vaikeampi määritellä kuin muiden tuottajien. Tämä johtuu osin kapeasta otannasta, osin myös siitä, että uutistuottajan tehtävät tuntuvat olleen pisimpään olemassa, ainakin uutispäällikön muodossa. Ensimmäinen vastaaja määritteli uutistuottajan toimituspäällikön alaisuudessa työskenteleväksi henkilöksi, joka tekee perinteisiä uutispäällikön tehtäviä. Näihin kuuluvat juttukeikkojen valinta, resurssien käyttö ja uutisalueiden painotus.

Perinteinen uutispäällikön tehtävä on melko laaja määritelmä. Yksi vaihtoehtoinen tapa rajata uutispäällikön tehtävät on määritellä hänet henkilöksi, jolla on vastuu päivittäisestä uutisseurannasta (Kuutti 1994, 94). Se ei kuitenkaan ole koko totuus. Uutispäällikkö on se henkilö, joka pitää konkreettista luetteloa siitä, mitä lehteen ollaan tekemässä ja kuka juttuja tekee. Uutisseuranta on siis käy-

tännössä sitä, että uutispäällikkö seuraa päivän uutisvirtaa ja muokkaa lehden sisältöä sen mukaan, mitä maailmalla tapahtuu. (Penttilä 2001, 36.)

Toinen vastaaja puolestaan määrittelee uutistuottajan henkilöksi, jolla on laaja vastuu toimituksen journalismista, joka johtaa päivittäistä uutistoimintaa, osallistuu kehityshankkeisiin ja hoitaa yhteyksiä yhteistyökumppaneihin. Siinä missä ensiksi mainittu uutistuottaja on toimituspäällikön alainen, on tämä jälkimmäinen uutistuottaja samassa asemassa toimituspäällikön kanssa ja uutispäällikön esimies. Käytännössä kahden lehden uutistuottajana työskentelevä henkilö näyttää vastaavan siitä, mikä molempien maakuntalehtien journalismissa on yhteistä.

Toimituspäällikön vastuualueisiin sen sijaan perinteisesti, jos niin edes voidaan sanoa, kuuluu toimituksellisista resursseista vastaaminen. Jos toimituspäällikköä ei ole, jakautuvat esimerkiksi resursseihin ja henkilöstöön liittyvät tehtävät usein päätoimittajan ja uutispäällikön välille (Penttilä 2001, 37).

Kumpikin vastaaja mainitsi uutistuottajan hoitavan nykyisin sekä uutispäällikön että toimituspäällikön tehtäviä. Siinä, missä ensiksi mainitun lehden uutistuottaja näyttäisi olevan lähempänä uutispäällikköä, näyttäisi jälkimmäinen uutistuottaja jääneen lähemmäs toimituspäällikköä. Itse asiassa hänen tittelinsä on hiljattain vaihdettu toimituspäälliköksi, koska uutistuottajan titteli koettiin liian suppeaksi tehtävään nähden.

Jos jälkimmäinen uutistuottaja ei vastannut tehtäväkuvaa, lienee uutistuottaja lähempänä uutispäällikköä. Sitä, mikä on muuttunut perinteisen uutispäällikön vaihtuessa uutistuottajaksi, on vaikeaa tutkimuksesta saadun tiedon valossa havaita.

Ensiksi mainitusta vastauksesta käy ilmi, että uutistuottajan titteli syntyi toimituksen päivittäisjohdon uudelleenorganisoinnin yhteydessä, mutta päivittäinen toimitustyö on muuttunut vain työvuorojen ja palaverikäytäntöjen osalta. Jos kui-

tenkin samoja tehtäviä ovat aiemmin hoitaneet uutispäällikkö ja toimituspäällikkö yhdessä, on ilmeisesti joitain muitakin tehtävämuutoksia tapahtunut.

Tuottajan titteliin on päädytty, koska vastaajan mukaan kyse on nimenomaan sisällöntuottamisen johtamisesta. Sitä se tosin tähänkin asti lienee ollut. Tittelin vaihtaminen uutistuottajaksi on kuitenkin tavallaan looginen valinta ottaen huomioon sanomalehtituottajien työn luonteen. Teematuottaja vastaa teemaosioiden suunnittelusta, tekijöistä ja kokonaisuuksista, uutistuottaja puolestaan uutispuolen vastaavista tehtävistä. Aineiston perusteella uutistuottajan titteli on syntynyt teematuottajan jälkeen: kun tuottajan titteli on otettu käyttöön yhdessä tehtävässä, on titteleitä ehkä haluttu yhdenmukaistaa ja tehdä samantapaista työtä tekevästä uutispäälliköstä myös tuottaja.

Jos suunnitelmallisuus halutaan nähdä olennaisena osana tuottajuutta, on muutos uutispäälliköstä uutistuottajaan vielä ymmärrettävämpi. Uutissivujen sisällöstä nimittäin vain murto-osa on sellaisia juttuja, jotka tulevat toimitukselle yllätyksenä ja vaativat toimitukselta resursseja.

Kävin läpi Lappeenrannassa ilmestyvän seitsenpäiväisen Etelä-Saimaa-lehden uutissivut kymmenestä kesä-elokuussa vuonna 2011 ilmestyneestä lehdestä. Tarkastelin pääjuttuja eli uutissivujen pisimpiä juttuja. Luokittelin jutut neljään eri ryhmään. Ensimmäisessä ryhmässä oli STT:n tuotanto, toisessa lehden oma uutistuotanto aiheista, joita ei ole ennen jutuntekopäivää voinut ennakoida ja jotka ovat tuoreita tapahtumia. Kolmannessa ryhmässä ovat olleet sellaiset uutiset, jotka on voinut ennakoida, vaikka ne ovatkin tapahtuneet vasta jutuntekopäivänä ja neljännessä ryhmässä uutiset, jotka ovat ajankohtaisia, mutta niissä ei niinkään ole kyse uusista tapahtumista. Ne ovat olleet joko ilmiöjuttuja tai joitain aiempia tai tulevia tapahtumia taustoittavia.

Kymmenessä lehdessä oli tasan 100 pääjuttua. Omia, taustoittavia tai ilmiöjuttuja oli tasan puolet, eli 50. STT:n lähettämiä juttuja oli 36. Jutuista kahdeksan kosketi tuoreita tapahtumia, jotka voitiin ennakoida ennen niiden tapahtumista ja vain kuusi uutista oli uutisia, joita kukaan ei osannut odottaa. Nämä olivat uu-

tisia, jotka on niin tärkeä julkaista heti, että toimituksen muusta työstä irrotetaan joku tekemään niitä. Ennakoituja uutisia ovat esimerkiksi kulttuuritapahtumia koskevat uutiset, sillä tapahtumien aikataulu ja ohjelma ovat olleet tiedossa aiemmin.

Tämän pika-analyysin heikkous on, että se on tehty kesällä ilmestyneistä numeroista, jolloin uutisoinnin arvoisia tapahtumia on talvea vähemmän. Silti tulos on aika karu. Vain kuusi prosenttia uutissivun pääjutuista on sellaisia, jonka kimpun toimittajaa ei voitu laittaa ilman ennakkovalmistelua.

Vielä vuonna 2001 uutispäällikölle kuului uutistyön suunnittelu niiltä osin kuin se oli mahdollista (Penttilä 2001, 40). Pika-analyysin perusteella näyttäisi siltä, että se on 58-prosenttisesti mahdollista. Noita kuutta uutista ei voinut suunnitella etukäteen, eikä STT:n tarjonnan ennakkointikaan aina ole mahdollista. STT:n uutisten julkaiseminen lehdessä ei kuitenkaan vaadi yksittäisen toimittajan kiinnittämistä jutun pariin päiväksi. Näyttäisi siis siltä, että uutistyön suunnitelmallisuus on vuosituhannen alusta kasvanut. Uutistuottajan ja teematuottajan toimenkuvat vastaavat nähdäkseni näiltä osin toisiaan hyvin paljon.

5.2 Tuottaja terminä

Uutistuottajan esimerkit kertovat siitä, että tuottaja terminä on hankala määritellä. Määrittelin tuottajan luvussa 2 projektipäälliköksi. Tosiasiassa tuottajan määritelmää on valtavan vaikea tarkentaa yhtään mihinkään. Esimerkiksi jokaisen tanssijan on osattava myös tuottaa saadakseen yhtään koreografiaa näyttämölle.

Kyselyvastausten valossa tuottaja sanomalehdessä suunnittelee sekä tuotteen sisällön että aikataulun, valitsee sen toteuttajan, editoi jutun ja hoitaa sen julkaistavaksi. Seitsemän vastaajaa oli sitä mieltä, että tuottaja on tälle toiminnalle sopivin titteli. Vertaan seuraavassa tätä ketjua erääseen av-tuotantoon, jossa itse toimin tuottajan roolissa. Käytännössä se on pienimuotoisempi versio lu-

vussa 2.3 esittelystä elokuvatuottajasta. Haluan tällä esimerkillä havainnollistaa elokuvantekoprosessin ja lehdentekoprosessin samankaltaisuutta.

Keväällä 2011 Oulun seudun ammattikorkeakoulun opiskelijakunta OSAKO suunnitteli saman vuoden syksyn ympäristöpäivää. Päivään kuului paneelikeskustelu, jonka teemana oli kuluttaminen. Paneelikeskusteluun haluttiin joku ajatuksia herättävä lyhytelokuva insertiksi. Koska olin joukon ainut minkäänlaista av-peruskoulutusta saanut jäsen, valittiin minut toteuttajaksi. Luonnostelin käsikirjoituksen, keräsin opiskelutovereistani kuvausporukan, varasin varusteet, hoidin kuvausluvut ja aikataulutin kuvaukset. Minulle annettiin käyttöön tietty budjetti, jota ei saanut ylittää. Kolmen kuvauspäivän jälkeen lukkiuduin kuvausporukan kanssa viikoksi tietokoneen ääreen editoimaan, ja päivää ennen ympäristöpäivää meillä oli esittää valmis elokuva tilaajalle.

Periaatteessa tapahtumaketju on samantapainen myös silloin, kun tuottaja työskentelee sanomalehdessä. Hän suunnittelee sisällön, valitsee tekijät ja usein hoitaa jälkityöt. Tuottaja näyttäisikin olevan sopiva termi sisällöntuotantoa sanomalehdessä koordinoivalle henkilölle, aivan, kuten kyselyyn vastaajat olivat uskoneet.

Tuottajan voisi ehkä tällä perusteella määritellä projektipäällikön sijaan henkilöksi, joka vastaa tuotteesta suunnitteluvaiheesta valmiiseen tuotteeseen asti. Periaatteessa se on sama kuin Jyväskylän yliopiston määritelmä projektipäällikölle luvusta 2 (Jyväskylän yliopisto 2012, hakupäivä 16.4.), mutta lehden tekoa on vaikea nähdä projektiluontoisena työskentelynä. Vaikka feature-aineiston toteuttaminen on huomattavasti projektiluontoisempaa kuin päivittäisen uutistyon, on sekin silti pitkällä tähtäimellä rutiineihin perustuvaa työskentelyä. Siksi koen, että projektista ei voi puhua.

Silti lehdenteosta on erotettavissa samat vaiheet kuin projektityöskentelystä. Tärkeimpänä erona on juuri se, että lehden teko jatkuu siinä, missä projekti päättyy joskus (Karlsson & Marttala 2001, 11). Lehdenteon voikin nähdä eräänlaisena projektien sarjana.

5.3 Kenestä on tuottajaksi?

Kaikista aineistoni vastauksista käy ilmi, että tuottajalta vaaditaan journalistista osaamista. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tuottajaksi opiskellut ja medianomin tutkintoon valmistunut henkilö, jolla ei ole aiempaa työkokemusta journalismin alalta, ei kelpaa sanomalehden tuottajaksi.

Tärkein vaatimus tuottajalle tuntuu olevan olla kokenut ja ennakkoluuloton toimittaja. Tuottajan on kyettävä ideoimaan, toteuttamaan itse, olemaan rohkea, erilainen ja keksimään vanhoista asioista uusia puolia. Käytännössä siis tuottajalta vaaditaan substanssiosaamisen lisäksi sellaisia ominaisuuksia, mitä toimituksen esimieheltäkin vaaditaan. Se ei ole ihme, sillä tuottajat ovat monin paikoin uutispäällikön tasolla tai juuri sen alapuolella toimitushierarkiassa. Tämä tarkoittaa sitä, että heidän on paitsi tiedettävä journalismin teon säännöt ja normit, myös kyettävä johtamaan toimittajia.

Toimitukset voi määritellä asiantuntijaorganisaatioiksi, eli organisaatioiksi, jotka tuottavat pitkälle erikoistuneita palveluita ja joiden työntekijät ovat korkeasti koulutettuja (Kasvio 1994, 65). Tätä asiantuntijaorganisaatiota johtavat asiantuntijat, eli toimittajat itse, eivät koulutetut johtajat. Vielä 1990-luvulla yleisin tie päälliköksi oli se, että jotakuta yksinkertaisesti pyydettiin tehtävään, koska tämän katsottiin sopivan siihen (Penttilä 2001, 103).

Kolarille tuottajan tärkeimpiä ominaisuuksia olivat journalistinen kokemus, kyky nähdä lehdenteko liiketoimintana sekä tuottajamaisen toimintatavan omaksuminen (Kolari 2009, 161–162). Kenties tämä näkyy tuottajan onnistuneessa toiminnassa, mutta ainakaan päätoimittajien näkökulmasta liiketaloudellinen ajattelu tai oman työn tuotteena näkeminen eivät painottuneet tärkeinä kriteereinä, kun vastaajat kuvailivat perusteita, joilla tuottaja tehtävään valitaan.

5.4 Miten tuottajat syntyivät?

Luvusta 2.1 kävi ilmi, että ehtien toimitusorganisaatiot ovat hitaasti kasvaneet ja monimuotoistuneet. Niissä kuitenkin pysyivät samat perinteiset tittelit, uutispäälliköt, toimituspäälliköt ja toimitussihteerit, vuosikymmenten ajan. Tuottaja siis on alle kolmekymmentä vuotta vanha termi, ja siinä ajassa journalismissa on mennyt moni asia uusiksi.

Löydän mielestäni kolme tärkeää tekijää, jotka ovat edesauttaneet tuottajan toimenkuvan syntyä. Yksi on lehden sisällön muutos, toinen lehtiyhtymien kasvu ja organisaation muutos ja kolmas on muuttunut teknologia.

5.4.1 Suunnitelmallisuus kasvoi

Uutisesta alkoi tulla sanomalehden pääkauppatavara ja lehdet alkoivat kilpailla niillä sotien aikana. Uutiset syrjäyttivät poliittisen päätöksen, kun sanomalehti aloitti hitaan siirtymän puolueiden äänenkannattajista kohti puolueetonta tiedonvälittäjää (Tommila & Salokangas 1998, 183,189).

Periaatteessa uutinen, sellaisena kuin me sen tunnemme, kehitettiin jo 1800-luvun lopulla, ja se on siitä lähtien pysynyt rakenteeltaan hyvin samanlaisena (Hemánus 2002, 59). Sanomalehtiin alkoi heti kehittyä uutisen rinnalle myös kevyempää sisältöä. Urheilu nousi usein uutisiin, jopa etusivuille ja lehtiin tuli jo ennen toisen maailmansodan alkua erilaisia viikonloppusivuja tai ne julkaisivat viikoittaisia tai kuukausittaisia liitteitä. (Tommila & Salokangas 1998, 205.) Eri näisiä kevyempiä ja viihteellisempiä teemasivuja ja teemaliitteitä lehtiin alkoi hitaasti ilmestyä 1970-luvulla. Teemaliitteet ovat yleensä joitain kertoja vuodessa ilmestyviä irrallisia lehtiä, kun taas teemasivut ovat yleensä viikoittaisia. (Lindholm 2007, 20.)

Vuosien saatossa teemaliitteet ja -sivut ovat tulleet osaksi sanomalehtien normaalia arkea. Teemasivut voivat olla yksittäisiä sivuja tai sitten useamman sivun kokonaisuuksia (sama, 20). Teema- ja liitesivujen aiheet ovat monin paikoin samoja. Poikkeuksena kuitenkin esimerkiksi ruoka- ja nuorten sivut, joita harvoin nähdään liitteissä. (Lindholm 2007, 9, 21.) Tämän tutkimuksen kannalta

liitteiden teemoja oleellisempaa on niiden rakenne. Liitteet ovat vieneet sanomalehtiä kohti aikakauslehtimäistä suuntaa (Lindholm 2007, 9). Se muuttaa lehden tekotapaa.

Seitsenpäiväinen sanomalehti ilmestyy joka päivä lukuun ottamatta juhlapyhien jälkeisiä päiviä. Jokaisessa numerossa on omat uutissivunsa. Niitä ei voi koskaan suunnitella kokonaan etukäteen valmiiksi, mutta kuten luvussa 5.1.4 tehty uutissivujen sisältöanalyysi osoittaa, on tietty suunnitelmallisuus mahdollista. Tietyt tapahtumat, esimerkiksi jouluku, uusivuosi, kesäloman alkaminen ja vastaa- vat voidaan suunnitella hyvin pitkälle. Myös niistä johtuvat lieveilmiöt, kuten jokakesäinen ruuhka katkaisuhuoltoasemalla tiedetään etukäteen.

Maailman dramaattisimpia ja eniten lukijoita kerääviä tapahtumia ei sen sijaan voi ennustaa. Lähdin kerran iltavuoron toimittajana paikallisille festivaaleille tekemään juttua Scorpionsista ja kun saavuin takaisin, oli koko pääuutissivu mennyt uusiksi Osloon pommi-iskujen ja Utøyan tapahtumien vuoksi¹.

Aikakauslehtimäinen aineisto ei sen sijaan ole aikaan sidottua. Sen ilmestymistiheys on harvempi ja sen elinkaari on pidempi kuin sanomalehdellä (Vilksa 2006,31). Se tarkoittaa myös sitä, että sitä voidaan tehdä pidemmällä suunnittelulla. Tietysti jotkut jutut ovat ajankohtaisia vain lyhyen hetken. Esimerkiksi tätä kirjoittaessani olisi Stefan Wallin voinut olla minkä tahansa lehden sunnuntaikasvo asuntosotkujensa vuoksi (Lyden 2012, hakupäivä 17.4.2012)². Viikon päästä asia oli jo mennyttä ja ajankohtaisempaa olisi ollut tehdä juttu James Hirvisaaresta tämän avustajan kirjoitusten vuoksi (Pajunen 2012, hakupäivä 18.4.2013)³.

¹ Norjalainen Anders Behring Breivik räjäytti kolme autopommia ja ampui 70 nuorta Utøyan saarella Norjassa 22.7.2012.

² Puolustusministeri Stefan Wallinin asuntokaupoista uutisoitiin näyttävästi huhtikuussa 2012. Wallin oli ostanut asunnon Åbo Akademien säätiöltä vuonna 2001 ja myynyt sen yli 200 000 euron voitolla vuonna 2009.

³ Perussuomalaisten eduskuntaryhmä erotti kansanedustaja James Hirvisaaren määrääjäksi huhtikuussa 2012. Syynä oli, että Hirvisaari kieltäytyi erottamasta avustajaansa. Avustaja Helena Erosen eroa vaadittiin, koska hän oli kirjoittanut blogikirjoituksen, jossa ehdotti hihamerkkejä vähemmistöille.

Liitteitä ja teemasivuja on alkanut ilmestyä jo lähes 40 vuotta sitten, mutta tuottajamaisesta toimintatavasta on alettu puhua vasta 1980-luvulla. Näyttääkin siltä, että kun teema-aineisto yleistyi, yleistyi samalla pidemmän tähtäimen suunnittelu ja näiden aihealueiden käsittely kokonaisuutena. Toimittaja suunnitteli, toteutti ja osallistui myös niiden taittoon itse.

Kun teemasivujen määrä kasvoi, kasvoi samalla niiden tekijöiden määrä. Suurimpiin lehtiin ja lehtiyhtymiin syntyi omia teematoimituksia, mutta myös tavalliset toimittajat tekivät yhä edelleen aikakauslehtityylistä materiaalia lehteen. Osa lehdistä alkoi käyttää avustajia, mutta ilmeisesti laatuun ei oltu tyytyväisiä. (Lindholm 2007, 17.)

Lopulta suuriin lehtiin näyttää syntyneen tarve luoda uusi porras koordinoimaan liitteiden ja teemojen toimintaa. Aineiston vastauksista käy ilmi, että feature-tyylisen aineiston määrä on kasvanut. Ilmeisesti siis uutispäälliköiden ja tavallisten toimittajien väliin oli syntynyt tyhjiö, jota täyttämään tarvittiin uusi toimenkuva, tuottaja.

Feature-aineistoon oli lisäksi helppoa lisätä suunnitelmallisuutta. Esimerkiksi kelpaa vaikkapa jonkun lehden sunnuntaisivu. Se ilmestyy kerran viikossa, sunnuntaisin. Näin koko juttuprosessille jää hyvin aikaa. Jutut saadaan liikkeelle, kirjoitettua, editoitua ja taitettua hyvissä ajoin ennen sivujen painoon menemistä, joten taittoon jää pelivaraa uutispäivän suurille mullistuksille. Lisäksi feature-aineistossa lienee uutistyötä helpompaa käyttää toimituksen ulkopuolisia avustajia. Tuottaja on luonteva kontakti heihin.

5.4.2 Lehtien välinen yhteistyö kasvoi

Lehtikilpailu Suomessa on käyty pitkälti alueellisilla markkinoilla. Poliittisen journalismin kaudella jokaisessa vähänkin vakavammin otettavassa kaupungissa oli eri puolueiden äänenkannattajia. 1950-luvulta eteenpäin tämä määrä alkoi laskea. (Tommila & Salokangas 1998, 244,254.)

Kun uutinen ja totuus olivat tulleet sanomalehden tärkeimmiksi myyntivalteiksi ja puoluesidonaisuus ja samalla puolueiden rahat vähenneet, alkoi se lehti, joka parhaiten onnistui olemaan puolueeton, saada eniten tilaajia omalla alueellaan. Samalla siitä tuli muita alueen lehtiä houkuttelevampi mainostajille. Näin se sai lisää mainostuloja ja pystyi kehittämään sisältöään, mikä teki siitä vielä houkuttelevamman. Lehti pääsi niin sanottuun nousevaan levikkikierteeseen, joka ruokkii itse itseään. Muut alueen lehdet kuihtuivat pieniksi paikallislehdiksi, osa kuoli kokonaan, osa joutui suurempien lehtien omistukseen. Kunelius 2004, 85.)

Lopulta ei enää edes riippunut lehden koosta, kuka sen omisti. Suurimmat saattoivat toki pysyä itsenäisinä pidempään, mutta myös isoja maakuntalehtiä päätyi toistensa omistukseen. Lehtikauppa kävi kiivaana koko 1980-luvun ja 1990-luvun alun. 1990-luvun lama iski alalle voimakkaana. Se laski sanomalehtien kokonaislevikkiä yli 700 000 kappaleella vuodesta 1990 vuoteen 1996. (Tommila & Salokangas 1998, 301,312.) Samoihin aikoihin muut mediat, kuten kaupallinen televisio, olivat alkaneet entistä kovemmin kilpailla lehtien kanssa samoista mainosmarkoista (Raittila & Kupari 1999, 14).

Lehdistö ei saanut edes talouden toipuessa tilaajiaan takaisin. Vaihtoehtoina olivat ilmestymistiheyden harventaminen tai laadun huonontuminen. Kumpikaan ei houkuttanut, joten yhteistyötä muiden lehtien kanssa oli mietittävä. (sama, 15.)

Yhteistyöhön lähdettiin ilmeisesti toden teolla vuonna 1996, kun viisi Väli-Suomen lehteä perusti Sunnuntaisuomalaisen. Yhteistyön edellytyksiä ja tarpeita kartoitettiin ja lehdet totesivat, ettei niillä yksin ollut mahdollisuuksia laadukkaan sunnuntaiosan toimittamiseen. Vuonna 1998 Sunnuntaisuomalainen sitten näki päivänvalon omalla toimituksellaan. Viisi lehteä sai tuotettua sunnuntaisivuja tehokkaammin kuin yksi. (Mervola 1999, 34, 38).

Sunnuntaisuomalainen ei jäänyt kokeiluksi, eikä edes ainoaksi. Omistus on 80-luvun jälkeen keskittynyt niin voimakkaasti, että se on ylittänyt aikaa sitten alue-rajat. Esimerkiksi Alma Median aluelehdet käsittävät viisi maakuntalehteä ja 29

muuta paikallis- ja ilmaisjakelulehteä ympäri Suomea (Alma Media 2012, hakupäivä 16.4.2012).

Mervolan sekä Raittilan ja Kuparin artikkelit on kirjoitettu vuonna 1999. Sen jälkeen lehtien välinen yhteistyö on tiivistynyt. Sen huomaa saman konsernin lehtiä rinnakkain lukemalla, mutta se käy myös ilmi kyselyni vastauksista. Kahdessa lehdessä oli jo kokonaan yhteinen toimitus ja neljässä muussakin vastauksessa mainittiin juttuvaihto ja yhteistyö sisarlehtiin. Kahdessa lehdessä tehtiin lisäksi yhteistyötä paikallis-tv-kanavan kanssa.

Tästä yhtälöstä kumpuaa selkeä tarve tuottajalle. Hän paitsi koordinoi oman lehtensä sisäisiä teemasivustoja, myös konsernien sisäistä juttuvaihtoa. Tuottaja osallistuu tiettyjen osioiden suunnitteluun yhteistyössä konsernien muiden lehtien kanssa. Yhdessä vastauksessa mainitaan suoraan, että teemasivuissa ja liitteissä on hyvin paljon samaa sisarlehden kanssa. Toisessa puolestaan sanotaan, ettei juttuvaihdosta tulisi mitään ilman kunnon koordinoitua, jota kyseisen lehden tapauksessa hoitaa tuottaja. Tässäkin tapauksessa tuottaja kuitenkin toimii pääosin osana feature-juttujen vaihtoa. Uutisia on vaikeampi vaihtaa, syynä on lehden oman tuotannon paikallistaminen, aihe, josta on lisää luvussa 6.2.

5.4.3 Teknologia

Internetliittymät yleistyivät Suomessa vauhdilla 1990-luvun lopulta alkaen. Vuonna 1996 internetyhteys oli kotona seitsemällä prosentilla suomalaisista. Kolme vuotta myöhemmin sama luku oli 26 % ja vuonna 2003 jo 45 %, eli lähes puolella suomalaisista oli pääsy internetiin vaikka kotisohvaltaan. (Nieminen & Pantti 2009, 174.)

Joskus 1990-luvun jälkimmäisellä puoliskolla myös suomalaiset sanomalehdet rantautuivat verkkoon. Alussa verkkolehtiin vain lapioitiin printtilehtien juttuja, mutta vuosikymmenen loppua kohti myös verkkosisältöön alettiin kiinnittää yhä enemmän huomiota. (Rossi 2011, 14.) Tuolloin, verkon alkuvaiheessa lehdet

ryntäsivät tarjoamaan sisältöä lukijoilleen verkossa täysin ilmaiseksi (Rajala 2011, 8).

Verkkolehdet ovat edelleen usein tappiollisia (Rajala 2011, 8), mutta ne ovat kehittyneet aimo harppauksin siitä, mitä ne 1990-luvun alkupuoliskolla olivat. Lehtien verkkosivujen yhteystietoja selatessa huomaa, että verkkotoimittajat, samoin kuin verkko- ja monimediatuottajat, ovat tulleet toimituksiin.

Sanomalehtien verkkosivut ovat edelleen hyvin erilaisia. Esimerkiksi Pohjalainen ja Ilkka laittavat lehteen lyhyitä STT:n pätkiä sekä tiivistelmiä omista jutuistaan. Verkkolehti toimii näin ikään kuin printtiversioiden teaserina, pienenä vinkkinä siitä, mitä printtilehdessä mahdollisesti voisi olla. Usein verkkouutisten perässä onkin kehoitus lukea lisää seuraavana päivänä ilmestyvästä printtiversiosta. Vielä pidemmälle on mennyt Hämeen Sanomat, jonka uutissisällöstä vain murto-osa on verkossa maksuttomana. Varsinkin paikallisista uutisista näkee vain otsikon ja ingressin, jonka jälkeen lopun joutuu tilaamaan.

Useilla lehdillä on lisäksi verkossa mielipideaineistoa, tekstiviestipalsta, keskustelupalsta, jossa on kommentointimahdollisuus, jonkinlainen päivän kysymys ja tietysti printtiversioiden näköislehti. Oleellista ei olekaan se, mitä verkossa on, vaan se, että jokainen lehti, pieni tai suuri, on siellä.

Myös verkkotuottaja täyttää luvussa 5.2 esittämäni tuottajan määritelmän, jossa tuottaja määritellään toimittajaksi, tai esimiestehtävissä työskenteleväksi toimittajaksi, joka vastaa tietystä osa-alueesta lehdessä. Periaatteessa lehden on oltava verkossa ja tuotettava sinne myös vakavasti otettavaa ja maksutonta sisältöä, koska kuluttaja saa sitä verkosta kuitenkin. Yhdeksi varteenotettavaksi kilpailijaksi maakuntalehdille ovat nousseet Ylen aluetoimitukset, jotka syytävät verkkoon paikallisia ja monin paikoin varsin laadukkaita uutisia.

Kun verkkotoiminta on laajentunut, on sisällön suunnitteluun luonnollisesti täytynyt alkaa käyttää aiempaa enemmän aikaa. Näyttäisi siltä, että kolmessa vastauksessa, joissa käsitellään verkossa toimivia tuottajia, on haluttu tuoda tee-

maosioiden suunnitelmallisuus ja työtavat myös verkkoon: yksi on vastuussa sisällöstä ja tuottaa sitä, muut pelkästään tuottavat sisältöä.

Verkkotuottajien vastuualueisiin määriteltiin verkkosivuista vastaaminen, sisällön tilaaminen, sisällöstä päättäminen ja sisällöntuotanto. Jo tämän tutkielman luvussa 2 siteeraamani Emmi Rossin teoria siitä, millainen hyvä verkkotuottaja tai verkkotoimittaja olisi, kattaa vielä enemmän, kuten esimerkiksi moderointia (Rossi 2011, 47).

Oman lukunsa verkkouutisointiin muodostavat lisäksi ne lehdet, joilla verkossa on muutakin kuin tekstisisältöä. Tässä tutkimuksessa mukana olleista lehdistä kaksi pyörittää verkossa järjestelmällistä omaa videotuotantoa yhteistyössä paikallis-tv:n kanssa. Tuottajan rooli siis näkyy tässäkin. Hän paitsi tekee ja johtaa sisällön tuottamista, myös sopii, mikä sisältö on yhteistä ja mikä ei.

Verkkotuottajan toimenkuva on todennäköisesti nopeimmin muuttuva tämän päivän sanomalehdissä. Verkko ei ole jäänyt pelkästään tietokoneelle, vaan on nyt laajentunut myös jokaisen taskuihin. Älypuhelimella on helppoa, halpaa ja vaivatonta käydä surffaamassa päivän uutiset. Verkko myös kehittyy nopeammin kuin paperilehti, joten muutoksia tällä saralla on varmasti vielä luvassa.

6 MILTÄ TULEVAISUUS NÄYTTÄÄ?

6.1 Kehitys suosii tuottajia

Erja Kolari näkee tuottajan uuden toimitussukupolven edustajaksi ja edelläkävijäksi (Kolari 2009, 164). Kuten edellisissä luvuissa kävi ilmi, ovat toimitustyön puitteet kokeneet melkoisen mullistuksen. Sähköisyys on tässä ja nyt, paperilehden levikit laskevat ja talouden laskusuhdanteet pienentävät toimituksia.

Vuonna 2005 Suomen 52 päivälehdessä 20 ilmestyi Tabloid-koossa (Pulkkinen 2008, 72). Kehitys on kulkemassa siihen suuntaan, että yhä useampi lehti vaihtaa formaattia. Tabloidiksi muuttuivat vuonna 2011 esimerkiksi Lapin Kansa, Pohjolan Sanomat ja Kainuun Sanomat, vuonna 2012 Satakunnan kansa ja ensi vuonna Helsingin Sanomat (Helsingin Sanomat 2012, hakupäivä 17.4.2012).

Tabloidiin siirryttäessä lehden taitto ja samalla juttupituudet muuttuvat jonkin verran. Visuaalisuus kasvaa ja ainakin on väitetty, että juttupituudet olisivat helpommin sovitettavissa uutisen merkittävyyden mukaan (Helsingin Sanomat 2012, hakupäivä 17.4.2012).

Journalismin ulkoasullisen ja osin myös laadullisen tabloidisaation (Nieminen & Pantti 2009, 89) keskellä Suomi elää jälleen uudessa talouden laskusuhdanteessa ja siitä kärsivät myös lehdet. Myös hallituksen viimevuotinen päätös laittaa lehtitilauksille arvonlisävero tuo lehtien hintoihin korotuspainetta (Yle uutiset 2011, hakupäivä 17.4.2012). Trendi, jossa toimitusten on tehtävä vähemmällä enemmän, näyttää siis jatkuvan.

Ensimmäisenä vauhtiin pääsi Alma Media, joka ilmoitti uudistavansa alueellisten lehtiensä toimintatavan (Alma Media 2012, hakupäivä 17.4.2012). Samassa yhteydessä tullaan irtisanomaan mahdollisesti jopa 130 henkilöä. Uudistusta Alma Median tiedotteessa kuvaillaan seuraavasti:

Alma Media toteuttaa vuoden 2012 aikana merkittävän muutoksen kaikkien alueellisten lehtiensä toimintatavassa. Muutoksen tavoitteena on parantaa lehtien sisällöllistä laatua ja varmistaa niiden kyky kehittää yhteistyössä monikanavaisia mediatuotteita kuluttajien ja ilmoittajien muuttuviin tarpeisiin liiketoiminnallisesti kestävältä pohjalta.

Toimintatavan muutoshankkeessa Alma Aluemia -liiketoimintayksikkö tiivistää alue- ja paikallislehtien välistä yhteistyötä sekä suunnittelee yksikön kaikkien toimintojen, muun muassa paikallisen ja yhteisen sisällöntuotannon, toimintatavat uudelleen. (Alma Media 2012, hakupäivä 17.4.2012).

Neljässä kyselyni vastauksessa mainittiin sisällön parantaminen syyksi tuottajan toimenkuvan syntyyn lehdessä. Alma Median maakunta- ja aluelehdistä neljässä oli niiden verkkosivujen mukaan töissä tuottaja tai tuottajia, mutta mikäli tuottajiin siirtyminen on aidosti parantanut sisältöä aiemmin, voisi tästä kyselystä päätellä, että lisää tuottajia olisi tulossa.

Toisekseen Alma Median tiedotteessa mainitaan lehtien välinen yhteistyö, joka mainitaan kolmessa kyselyni vastauksessa syyksi tuottajan toimenkuvan syntyyn. Tässä vaiheessa kuitenkin haluan nostaa esille kysymyksen siitä, paljonko sisältöä konsernin eri lehtien välillä vielä voidaan jakaa ja miten henkilökunnan vähentäminen voi parantaa sisältöä. Tuottajavetoinen lehti oikealla roolituksella voi ratkaista tämän ongelman.

6.2 Säilyttääkö tuottaja paikallisuuden?

Viiden Väli-Suomen lehden perustama Sunnuntaisuomalainen-liite oli ensimmäinen yhteistyökuvio, jossa eri maakuntien lehdet julkaisivat laajamittaisesti yhteistä sisältöä. Valmisteluissa otettiin huomioon se, millainen kuva liitteestä syntyisi. Lukijoille ei haluttu antaa kuvaa siitä, että lukijat petettäisiin naapuri-maakunnan lehteä siteeraamalla. (Mervola 1999, 44.) Samaa voi päätellä siitä, että lehdet eivät mielellään käytä avustajia liitemateriaalissa. Turun Sanomien Veli-Pekka Antilan mukaan lehti luopui juttujen ostosta huonon tason ja paikallisuuden menettämisen takia (Lindholm 2007, 17).

Pertti Sillanpää on kuvannut paikallisuuden merkitystä paikallislehdessä seuraavalla tavalla:

”Asuinympäristö, koulu, urheiluseura monet eri tahot kertovat meille, mitä on olla esimerkiksi muhoslainen. Mutta mikään ei tee sitä yhtä kattavasti kuin paikallinen lehti, Tervareitti, joka kokoaa yhteen erilaiset kertomukset yhdeksi isoksi paikallisuuden kuvaksi. Kahdesti viikossa lehti kertoo, mitä muhoslaisuus on, mitä siihen kuuluu ja mitä siihen ei kuulu. Kaikki on niin kauan hyvin, kun lehden tarjoama kertomus paikallisuudesta kohtaa lukijan kokemuksen paikallisuudesta. Jos näin ei käy, paikallislehden lukemisen tuskin uhrataan aikaa. Lehden pitäisi pystyä koskettamaan lukijan mielessä olevaa tunnetta paikasta. Sanomalehti on osaltaan rakentamassa paikallisuuksia ja alueellisia identiteettejä. Lehti maalaa lukijoilleen kuvaa paikallisuudesta, jolla on tietty, historia, sosiaalinen rakenne, luonto ja tulevaisuus. Lehden asemasta paikallisidentiteetin määrittelijänä kertoo se, että lukijat eivät perinteisesti ole juuri kyseenalaistaneet sen tarjoamaa paikallisuutta.” (Sillanpää 2011, 112–113).

Tämän mukaan lehtien pitäisi siis olla varovaisia juttuvaihdossa muiden lehtien kanssa, jotta paikallisuus säilyisi. Esimerkkinä heikkenevästä paikallisidentiteetistä on esimerkiksi kahden samaan konserniin kuuluvan lehden yhtäaikainen lukeminen parin vuoden takaa. Lehdet ilmestyvät vierekkäisissä maakunnissa ja maakuntakeskusten etäisyys on hieman yli 80 kilometriä. Henkinen etäisyys valovuosia. Lehdet kuuluvat samaan yhtiöön. Lakkiaisten aikaan lehdillä on aina tapana tehdä laajempi henkilöjuttu jostain kevään tulevasta ylioppilaasta. Vuonna 2010 molemmissa lehdissä oli sama juttu ja se oli tehty toisen maakunnan keskuskaupungin ylioppilaasta. Tarkempi lehtien selaaminen vierekkäin paljasti, että yli puolet jutuista oli samoja kummassakin lehdessä. Voi siis mielestäni aiheellisesti kysyä, miten lehtijuttu edistää vähemmälle huomiolle jääneen maakunnan asukkaiden tuntua lehden luomasta paikallisidentiteetistä.

Jos suunnitelmallisuus, tehtävien selkeys ja lehtien välinen yhteistyö kerran parantuivat tuottajien myötä, voisiko tuottaja siis olla vastaus tähän ongelmaan? Varsinkin kauempana lehden julkaisukaupungista tapahtuvat jutut ovat jo nyt pitkälle STT:n käsialaa. Voisiko siis huolellisemmalla yhteydenpidolla, suunnitellulla, tehtävien jakamisella ja huolellisella paikallistamisella rakentaa sittenkin

juttukokonaisuuksia, jotka tarjoavat lukijalle aiempaa enemmän sisältöä paikallisuuden kärsimättä?

Periaatteessa se olisi mahdollista. Esimerkkinä voi käyttää vaikkapa ruuan arvonlisäveron nousua. STT lähettää joka tapauksessa aiheesta jutun, ellei jopa kaksi. Näissä jutuissa kerrotaan päätöksen sisältö ja ministereiden kommentit sekä todennäköisesti taustoitetaan päätöstä. Yhdessä lehtiyrityksen lehdessä voitaisiin tehdä esimerkkijuttu grafiikoinen siitä, miten veronnousu vaikuttaa ruokakorin hintaan. Hätätapauksessa grafiikka ja juttu voitaisiin tehdä eri lehdisissä. Sitten jokainen konsernin lehti kävisi haastattelemassa paikallisia kauppiaita ja asiakkaita ja tekisi heistä jutun ja mahdollisesti gallupin koko paketin kärjeksi. Nämä gallupit tai jutut jokainen lehti tekisi omilla levikkialueillaan paikallisen näkökulman tuomiseksi juttuun. Tuloksena olisi laaja, ajankohtainen, kattava ja konkreettinen paketti tärkeästä ja kuluttajaa lähellä olevasta aiheesta. Siinä olisi myös sopiva määrä paikallisuutta.

Tuottaja olisi se henkilö, joka koordinoisi sitä, mitä missäkin lehdessä tehdään ja mitkä sisällöt paketissa ovat yhteistä. Vastaava taktiikka on varmasti jo monissa lehdissä käytössä. Sen ei ollut tarkoitus olla maata mullistava idea, vaan lähinnä esimerkki siitä, miten suunnitelmallisuus ja lehtien välinen yhteistyö voisivat näkyä toimituksessa.

Samalla esimerkki ehkä selventää hieman uutistuottajan käsitettä. Aineistoni vastaukset uutistuottajista eivät antaneet työstä kovin kattavaa kuvaa, mutta teemaosioiden tuottajien toimenkuvan sovittaminen päivittäiseen uutistyöhön toi tuollaisen lopputuloksen. Optimaalinen uutistuottaja olisi siis perinteisen uutispäällikön roolissa, mutta paitsi seuraisi uutisia ja johtaisi oman lehden työtä, johtaisi myös sisarlehtien päivittäistä uutistyötä yhdessä muiden lehtien uutispäälliköiden kanssa.

Periaatteessa yksi ratkaisu voisi olla se, että koko konsernin lehdillä olisi yhteinen uutistuottaja, joka vastaisi lehtien yhteisestä sisällöstä ja uutisoinnista ja toimisi uutispäälliköiden yläpuolella. Tätä oli kokeiltu kahdessa tutkimukseni

lehdessä, kun niiden toimitukset yhdistettiin. Ilmeisesti rooli havaittiin toimivaksi, mutta titteli vaihdettiin toimituspäälliköksi, sillä rooli koettiin laajemmaksi kuin tuottajalla.

6.3 Mediatalo kokonaan verkossa

Alma Median tiedote myös painottaa monikanavaisuutta. Tällä hetkellä sanomalehdet tuottavat uutisia printtiin ja verkkoon. Verkossa ja printissä käytetään kuvia, tekstiä ja graafeja. Verkossa on näiden lisäksi mahdollisuus käyttää myös ääntä, videota sekä suomalaisessa uutistuotannossa kovin harvinaista animaatiota. Se on tuttua lähinnä televisiouutisista, esimerkiksi onnettomuus uutisoinnin yhteydessä, mutta sanomalehtien nettivideoissa se on vielä kovin harvinaista, ainakin omana tuotantona. Iltalehden sivuilla on tosin esimerkiksi julkaistu selostettu animaation ja videon yhdistelmä Osama bin Ladenin kuolemaan päättyneestä hyökkäyksestä (Ilta-Sanomat 2011, hakupäivä 17.4.2012). Sekin on kuitenkin alun perin CNN:n.

Paperilehden kuolemasta on puhuttu jo vuosia, mutta se ei ilmeisesti vielä ole koittamassa. Silti Suomessa on jo yli kymmenen vuotta ollut ihmisiä, jotka eivät ole koskaan saaneet kotiinsa tilattua sanomalehteä (Hujanen 2000, 9). Sanomalehti tuli 1950-luvulla lähes jokaiseen suomalaiseen kotiin, mutta 1990-luvun laman jälkeen sanomalehtien levikkipeitto laski noin 70 %:iin (Tommila & Salokangas 1998, 302). Levikit jatkavat edelleen laskuaan. Kun päivälehti vuonna 1990 tuli 136 000 kotitalouteen, tuli se vuonna 2005 enää 92 000 kotitalouteen. Samaan aikaan kotitalouksien keskimääräinen pääluku pieneni 2,4:stä 2,1:een. (Sauri 2007, hakupäivä 17.4.2012.) Sanomalehden printtiversio siis tavoittaa aiempaa vähemmän suomalaisia.

56 % suomalaisista luki verkkolehtiä vuonna 2005. (Nieminen & Pantti 2009, 180). Vuonna 2009 sama luku oli 77 %, ja määrä lienee edelleen kasvussa (Tilastokeskus 2009, hakupäivä 17.4.2012). Yleisö tuntuu siis olevan siirtymässä verkkoon. Esimerkkejä siitä, että sanomalehti lopettaa kokonaan paperiversion

julkaisun, on jo olemassa. Esimerkiksi Taloussanomat siirtyi kokonaan verkkoon vuoden 2008 alussa (Helsingin Sanomat 2007, hakupäivä 17.4.2012).

Oikeastaan Suomessa on jo esimerkki uutistalosta, joka ei tarjoa printtituotteita ollenkaan ja toimii alueellisesti – Yleisradion aluetoimitukset. Niiden sivuilta löytyy paikallisuutisia, videoita, kuvia ja radiojuttuja. Ilmiötä kutsutaan teknologiseksi konvergenssiksi (Kunelius 2004, 50). Teknologinen konvergenssi tarkoittaa sitä, että eri välineiden ja julkaisukanavien väliset rajat hälvenevät. Tällä hetkellä konvergenssi on edennyt siihen pisteeseen, että sanomalehden verkkosivuilla yhdistyvät printtiuutiset, kuvat, grafiikat ja videot.

Miltä siis näyttäisi kokonaan verkossa toimiva sanomalehti, joka vieläpä toteuttaisi koko verkkolehden potentiaalin? Se voisi käytännössä tarjota samoja sisältöjä kuin Yle, mutta todennäköisesti se tekisi sen maksua vastaan. Sen tarjoamat sisällöt olisivat myös laajempia kuin Ylen aluetoimitusten, sillä se sisältäisi todennäköisesti myös STT:n kautta saatavaa materiaalia sekä feature- ja reportaasiaineistoa. Yle ei käytä kumpaakaan.

Tällainen täydelliseen monimediatoimitukseen siirtyminen lisäisi tuottajien määrää lehdissä, jos niitä lehdiksi enää siinä vaiheessa voi kutsua, entisestään. Koska yhteistyötä muiden saman konsernin medioiden kanssa lisääntyy, ovat tuottajat toimituksen luontevia esimiehiä. Lisäksi työntekijöistä tulee mitä luultavimmin väkisinkin tekijä-tuottajia: he käsikirjoittavat, kuvaavat, editoivat ja kirjoittavat. Näin toimivat myös toimittajat Ylen aluetoimituksissa. (Hallikainen 2010, 10.)

6.4 Onko tuottajan titteli tullut jäädäkseen?

Mikään ammattinimike journalismissa ei ole tullut jäädäkseen, sillä ala kehittyy ja muuttuu jatkuvasti. Ehkä paras tapa ilmaista asia, olisi sanoa, että tuottaja oleskelee lehdissä niin kauan, kunnes journalismi taas muuttuu niin radikaalisti, että joku toinen titteli koetaan sopivammaksi tehtäviä hoitavalle ihmiselle. Periaatteessa tuottajan nimike on osuva. Tuottaja vastaa jutuntekoprosessista

suunnittelusta ja viimeistelystä, joskus myös toteutuksesta. Näin tuottajuus lehdessä siis täyttää perinteisen, tuottajuuden määritelmän.

Lehtituottajuus on silti edelleen hieman kaksijakoinen käsite. Periaatteessa kyse on aivan yhtä paljon tuottamisesta silloin, kun tuottaja on päällikkötasolla, kuin silloin, kun tuottaja on laajennetulla vastuulla operoiva toimittaja. Silti saattaa aiheuttaa jonkin verran sekaannusta, että tuottajat työskentelevät niin eri asemassa eri toimituksissa, tai joskus jopa samassa toimituksessa. Rooli ei ole ollut selvä lehdille itselleenkaan: yksi vastaajista mainitsi, että tuottaja on tuottaja vain tittelin vuoksi, kaksi lehteä muutti yhteisen uutistuottajansa toimituspäälliköksi ja yhdessä vastanneista lehdistä tuottajat ovat toimittajia, joita lehden sisällä kutsutaan tuottajiksi.

Toisaalta toimenkuva on ollut virallisessa käytössä alle viisitoista vuotta. Siinä ajassa sille on varmasti saatu aikaan monta määritelmää, joista yhden voi lukea tästä tutkielmasta. Tuottajia tulee lehdissä olemaan varmasti vielä pitkään. Tarkat määritelmät heidän toimenkuvilleen saa kehitettyä vasta siinä vaiheessa, kun mullistus lehtien ja niiden toimitusten ympärillä hetkeksi loppuu – jos loppuu.

7 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön tavoite oli saada selkoa siitä, mitä tuottaja sanomalehdessä tekee ja miksi tuottajan titteli on sanomalehteen tuotu. Periaatteessa opinnäytetyö on onnistunut tavoitteessaan. Olen määritellyt kolme erilaista tuottajaprofiilia, jotka vaikuttavat tämän päivän sanomalehdissä. Tekijä-tuottaja ja päällikkötuottaja tekevät samaa sisältöä erilaisessa organisaatiossa, verkko- tai monimediatuottaja puolestaan on journalismin vastaus verkkosisällön kehittämiseen. Uutistuottajan määritelmän osalta tutkielmassa on sen sijaan epäonnistuttu kapean aineiston vuoksi. Arvaukseni on, että tehtävä vastaa teemapuolen päällikkötuottajan tehtäviä, mutta uutispuolella. Se on kuitenkin vain valistunut arvaus.

Olen lisäksi mielestäni kyennyt avaamaan itselleni ja toivottavasti myös lukijoille sen, miten tuottaja kytkeytyy sanomalehdistön historialliseen kehitykseen. Summasin sen kolmen eri käsitteen alle: keventynyt sisältö, teknologinen kehitys ja omistuksen keskittyminen.

Henkilökohtainen tavoitteeni tutkielman teossa oli oppia tuntemaan erilaisia toimitusorganisaatioita. En ole koskaan työskennellyt tuottajavetoisessa sanomalehdessä, joten toimintatapa on minulle uutta. Minulle on kuitenkin tärkeää kertoittaa, mitä tuottaja tekee ja miten tuottajavetoinen lehti eroaa ei-tuottajavetoisesta lehdestä, sillä tähtään joskus tulevaisuudessa esimiestehtäviin.

Valitsin kyselyni vastaajiksi päätoimittajat, koska halusin tarkastella toimitusorganisaatiota esimiehen näkökulmasta ja toivoin oppivani ymmärtämään, miksi tiettyjä asioita tehdään tietyllä tavalla. Mielestäni olen onnistunut myös näissä tavoitteissa.

Luotan siihen, että olen onnistunut tuottamaan paikkansapitävää ja hyödyllistä tietoa tuottajan tehtävistä sanomalehdissä. Täytyy kuitenkin muistaa se, että media muuttuu edelleen valtavalla vauhdilla. Alma Median ilmoitus lehtien toi-

minnan uudelleenjärjesteleminen tuli juuri, kun olin loppusuoralla kirjoitusprosessissani. Jos päätös olisi tullut aiemmin, olisin todennäköisesti keskittänyt isomman tarmon niihin lehtiin, joita päätös koskee.

Luvussa kuusi on lähdetty ennustamaan. Ennustukset on tehty tutkimusaineiston, lähdekirjallisuuden ja omien sanomalehtityökokemusten pohjalta. Vaikka luvussa esitetyt mallit omasta mielestäni voisivat olla mahdollisia, kannattaa niihin suhtautua tietyllä varauksella. Jokaisen viestintää koskevan oppikirjan tai tutkimuksen lopussa on jonkinlainen ennustus tulevaisuudesta ja jokaisella on todennäköisesti yhtä suuri todennäköisyys olla väärässä. Joukkoviestintä on ala, jossa tulevaisuutta on vaikea tietää. Se lehti menestyy, joka arvaa oikein.

LÄHTEET

Aamulehti. 2012. Aamulehden tuoteperhe. Hakupäivä 11.3.2012.
http://www.aamulehti.fi/mediamyynti/Tutk_tuoteperhe?.

Aamulehti. 2012. Yhteystiedot, hakupäivä 10.4.2012.
http://www.aamulehti.fi/cs/Satellite/asiakaspalvelu/Toimituksen_Yhteystiedot.

Alasuutari, P. 1995. Laadullinen tutkimus. 3.painos. Jyväskylä: Gummerus

Alma Media. 2012. Alma Media uudistaa alueellisten lehtiensä toimintatavan.
Hakupäivä 16.4.2012. <http://www.almamedia.fi/tiedote?tiedote=648227>.

Aslama M. & Kivikuru U. 2003. Siirtyykö joukkoviestintä uusmediaan? Teoksessa K. Nordenstreng & O. Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. Helsinki: WSOY, 277–299.

Elokuvantaju. 2012. Tuotanto. Hakupäivä 19.3.2012
<http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/tuotanto/tuottaja.jsp>.

Etelä-Suomen Sanomat. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 10.4.2012.
<http://www.ess.fi/?category=2094>.

Hallikainen J. 2010. Internetin merkitys Yle radio Perämerelle – Toimittajan työnkuvan muutos maakuntaradiossa. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Helsingin Sanomat. 2012. 12 kysymystä tabloidista. Hakupäivä 17.4.2012.
<http://www.hs.fi/kotimaa/12+kysymyst%C3%A4+tabloidista/a1305556607929>.

Helsingin Sanomat. 2011. Hs.fi:n hetki hetkeltä -seuranta Norjan tragediasta päättyy. Hakupäivä 7.5.2012.

<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/HSfin+hetki+hetkelt%C3%A4+-seuranta+Norjan+tragediasta+p%C3%A4%C3%A4tty/1135267978475>.
Helsingin Sanomat. 2007. Taloussanomat siirtyy kokonaan verkkoon. Hakupäivä 17.4.2012.
<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Taloussanomien+ilmestyminen+lakkaa+vuoden+lopussa/1135231583824?ref=rss>.

Hemánus P. 2002. Lehdistö eilen. Teoksessa A. Ruusunen (toim.) Media muuttuu. Helsinki: Gaudeamus 31–66.

Hirvilampi, M. 2010. Tuottaja – Lähetystä vai tekijää varten?. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Hujanen, E. 2000. Lukijakunnan rajamailla – Maakuntalehden ei-tilaajan mediakäyttäytyminen ja suhde sanomalehtijournalismiin. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Lisensiaatintyö.

Humak. 2012. Kulttuurituottaja. Hakupäivä 19.3.2012
<http://www.humak.fi/opiskelu/opiskelu-humakissa/kulttuurituottaja>

Hämeen Sanomat. 2012. Mediakortti. Hakupäivä 11.3.2012.
<http://www.hameensanomat.fi/uploaded/document/2011/12/9/mediakortti2012.pdf>.

Hämeen Sanomat. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 11.4.2012.
<http://beta.hameensanomat.fi/asiakaspalvelu/hameen-sanomat/toimitus>.

Iisalmen Sanomat. 2012. Mediamyynti. Hakupäivä 11.3.2012.
<http://www.iisalmensanomat.fi/mediamyynti/>.

Iisalmen Sanomat. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 11.4.2012.
<http://www.iisalmensanomat.fi/asiakaspalvelu/yhteystiedot-is/toimitus/>.

Ilkka. Mediakortti. 2012. Hakupäivä 11.3.2012.
http://mediamyynti.pohjalainen.fi/polopoly_fs/1.1126964.1326288559!/menu/standard/file/pohjalainen_mediakortti_a4_2012_low_res2.pdf.

Ilkka. Yhteystiedot. 2012. Hakupäivä 10.4.2012.
<http://www.ilkka.fi/yhteystiedot/toimitus-1.218041>.

Ilta-Sanomat. 2011. Neljällä kopterilla bin Ladenin kimppuun - katso animaatio kommandoiskusta. Hakupäivä 17.4.2012.
<http://www.iltasanomat.fi/ulkomaat/neljalla-kopterilla-bin-ladenin-kimppuun---katso-animaatio-kommandoiskusta/art-1288386480124.html>.

Itä-Savo. 2012. Lukijat ja levikki. Hakupäivä 9.3.2012
<http://yritysassiakkaat.lansi-savo.fi/ita-savo/is-mediatiedot/is-lukijat-ja-levikki/>.

Itä-Savo. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 11.4.2012. <http://ita-savo.fi/yhteystiedot/toimitus.html>.

Jyväskylän yliopisto. 2012. Projektipäällikön tehtävät. Hakupäivä 19.3.2012.
http://projekti.it.jyu.fi/suoritustavat/TJTS431_Projektin_johtaminen/opiskelijat/projektipaallikon_ja_sihteerin_tehtavat/projektipaallikon_tehtavat/.

Kainuun Sanomat. 2012. Levikkialue. Hakupäivä 17.4.2012.
http://www.kainuunsanomat.fi/mediamyynti/mm_levikkialue.

Kaleva. 2012. Mediatiedot. Hakupäivä 9.3.2012.
<http://yritysassiakkaat.kaleva.fi/index.php?210>

Kaleva. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 11.4.2012.
<http://www.kaleva.fi/yhteystiedot/>.

Karjalainen. 2012. Mediatiedot. Hakupäivä 9.3.2012.
<http://www.karjalainen.fi/mediakortti-2012/index.html>.

Karjalainen. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 11.4.2012
<http://www.karjalainen.fi/fi/palvelut/palveluksessasi/yhteystiedot>

Karlsson, Å. & Marttala, A. 2001. Projektikirja. Onnistuneen projektin toteuttaminen. Helsinki: Kauppakaari.

Kasvio, A. 1994. Uusi työn yhteiskunta – Suomalaisen työelämän muutokset ja kehittämismahdollisuudet. Jyväskylä: Gummerus.

Kolari, E. 2009. Toimittajasta tuottajaksi. Sanomalehden toimitustyö muutoksessa. Teoksessa E. Väliaverronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 150–167.

Kouvolan Sanomat. 2012. Toimitus. Hakupäivä 11.4.2012.
http://www.kouvolansanomat.fi/page.php?page_id=86.

Kunelius R. 2004. Viestinnän tallassa – Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.

Kuutti, H. 1994. Journalistiikan sanasto. Gummerus: Jyväskylä.

Kymen Sanomat. 2012. Toimitus. Hakupäivä 11.4.2012.
http://www.kymensanomat.fi/page.php?page_id=90.

Kärkimedia. 2012. Mediaopas. Hakupäivä 9.3.2012.
http://www.kouvolansanomat.fi/tiedostot/Karkimedia_mediaopas2012.pdf.

Lapin Kansa. 2012. Mediatiedot. Hakupäivä 9.3.2012.
http://stream.almamedia.fi/lka/ilmo/LK_mediatiedot_2012.pdf.

Lindholm, S. 2007. Teemaliitteiden merkitys sanomalehdelle. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Lydén M. 2012. Wallins bostadsköp väcker förvirring. Hakupäivä 18.4.2012
<http://hbl.fi/nyheter/2012-04-05/wallins-bostadskop-vacker-forvaning>.

Länsi-Savo. 2012. Lukijat ja levikki. Hakupäivä 9.3.2012.
<http://yritysasiakkaat.lansi-savo.fi/lansi-savo/lis-mediatiedot/lis-lukijat-ja-levikki/>.

Nieminen, H. & Pantti, M. 2009. Media markkinoilla – Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.

Mervola, P. 1999. Tutki ennen kuin toteutat – Tutkimustiedon käyttö Sunnuntai-suomalaisen perustamisessa. Teoksessa M. Maasilta (Toim.) Journalismin muutoskaruselli. Tampereen yliopisto. 34–47.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. 2012. Opintojaksokuvaus. Hakupäivä 16.4.2012.
http://www.oamk.fi/koulutus_ja_hakeminen/opiskelu_oamkissa/opinto-opas/koulutusohjelmat/?sivu=oj_kuvaus&koodi1=M7180VS&kieli=FI&opas=2011-2012&lk=s2011&vuosi=11S12K.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. 2012. Viestinnän koulutusohjelma. Hakupäivä 19.3.2012.
http://oamk.fi/koulutus_ja_hakeminen/?ak_osio=kuvaus&id=671&lv=S2012.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. 2012. Yleiset projektiopintojen ohjeet. Sisäinen lähde. Hakupäivä 16.4.2012.
<https://optima.discendum.com/learning/id354/bin/user>.

Pajunen, I. 2012. Hirvisaari erotettiin eduskuntaryhmästä. Hakupäivä 18.4.2012
http://yle.fi/uutiset/talous_ja_politiikka/2012/04/hirvisaari_erotettiin_eduskuntaryhmasta_3412447.html.

Paso, M. 2005. Ideoinnin rooli tv:n sisällöntuotannossa – Tuotantoyhtiö Broadcasters oy:n menestysohjelmien taustoja. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Penttilä P. 2001. Pomona toimituksessa – Uutis- ja toimituspäälliköiden roolit pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä. Tampereen Yliopiston julkaisuja 2001

Pohjalainen. 2012. Mediakortti. Hakupäivä 11.3.2012.
http://mediamyynti.pohjalainen.fi/polopoly_fs/1.1126964.1326288559!/menu/standard/file/pohjalainen_mediakortti_a4_2012_low_res2.pdf.

Pohjalainen. 2012. Yhteystiedot. Hakupäivä 10.4.2012.
<http://www.pohjalainen.fi/yhteystiedot/toimitus-1.836382>.

Pulkinen H. 2008. Uutisten arkkitehtuuri – Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto. Jyväskylän Yliopisto. Väitöskirja.

Puro P. Mikä on Sanomalehti? Hakupäivä 9.3.2012. Sanomalehtien liitto. (Ei julkaisuvuotta eikä julkaisupaikkaa).
http://www.sanomalehdet.fi/files/19/mika_on_sanomalehti.pdf.

Raittila P. & Kupari K. 1999. Pakko vai mahdollisuus? – Kokemuksia sanomalehtien yhteistyöstä toimittajan näkökulmasta. Teoksessa M. Maasilta (Toim.) Journalismin muutoskaruselli. Tampereen yliopisto. 14–33.

Rajala O. 2011. Verkkjournalismin haasteet sanomalehdessä – Miten Turun Sanomien verkkolehteä voisi kehittää? Tampereen ammattikorkeakoulu. Mediatuottaminen (ylempi AMK). Opinnäytetyö.

Rossi, E. 2011. Kun paikallislehti siirtyy verkkoon – toimintasuunnitelma paikallislehti Ylöjärven Uutisten verkkolehden kohentamiseksi. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Ruohonen, M. 2002. Näkökulmia moniosaajuuteen ja uudenlaiseen toimitustyöhön. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Saari, A. 2007. Totuuksia tuottajan työstä – Käsikirja ammatista haaveileville. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Salon Seudun Sanomat. 2012. Konserni. Hakupäivä 11.3.2012
<http://www.sss.fi/konserni/index.html>.

Satakunnan Kansa. 2012. Mediakortti 2012. Hakupäivä 11.3.2012.
<http://stream.almamedia.fi/ska/PDF/mediakortti2012.pdf>.

Satakunnan Kansa. 2012. Toimitus. Hakupäivä 11.4.2012.
<http://www.satakunnankansa.fi/asiakaspalvelu/yhteystiedottoimitus>.

Sauri T. 2007. Sanomalehdet pystyvät vastaamaan ajan haasteisiin. Hakupäivä 17.4.2012 http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-06-15_003.html.

Savon Sanomat. 2012. Levikkialue. Hakupäivä 9.3.2012.
<http://www.savonsanomat.fi/mediamyynti/tutkimus/levikki/>.

Savon Sanomat. 2012. Toimitus. Hakupäivä 11.4.2012.
<http://www.savonsanomat.fi/asiakaspalvelu/yhteystiedot/toimitus-yhteystiedot/>.

Sillanpää, P. 2011. Paikallisuus on koettua ja luettua. Teoksessa LoCaali 2.0 – Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta. Toim. U. Alakangas & P. Sillanpää. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu, 111–114.

Sivula M. 2012. Kirjoittava Poromies. Journalisti 88 (3). 18

Tilastokeskus. 2009. Internetin käyttötarkoitukset internetin käyttäjistä. Hakupäivä 17.4.2012. http://www.stat.fi/til/sutivi/2009/sutivi_2009_2009-09-08_tau_001.html.

Tommila, P. & Salokangas, R. 1998. Sanomia kaikille – Suomen lehdistön historia. Helsinki: Edita

Tommila, P. 2003. Sanomalehdistön historia. Teoksessa K. Nordenstreng & O. Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. Vantaa: WSOY, 45-61.

Turun Sanomat. 2012. Mediatiedot 2012. Hakupäivä 11.3.2012. http://mediamyynti.ts.fi/wp-content/uploads/ts_mediatiedot2012.pdf.

Vilksa M. 2006. Vapaus vai vankila – Sinkkuuden ja sinkkujen representaatioita aikakauslehdissä. Tampereen Yliopisto. Tiedotusopin laitos. Pro Gradu – tutkielma.

Wikipedia. 2012. Tuottaja. Hakupäivä 12.3.2012. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Tuottaja>.

Yle Uutiset. 2011. Tilatuille lehdille arvonlisävero. Hakupäivä 17.4.2012. http://yle.fi/uutiset/talous_ja_politiikka/2011/11/tilatuille_lehdille_arvonlisävero_3051030.html.

Kysely tuottajista seitsenpäiväisissä sanomalehdissä

Vastaathan kysymyksiin 31.3.2012 mennessä. Kiitos vastauksistasi!

Daniel Wallenius

050 3313952

m9wada00@students.oamk.fi

*Pakollinen

1. Minä vuonna ensimmäinen tuottaja alkoi työskennellä lehdessänne? *
2. Kuvailisitko lehdessänne työskentelevien tuottajan/tuottajien työtehtäviä ja vastuualueita? *
Mikäli tuottajia on useita, olkaa hyvä ja kuvaillkaa jokaisen tehtäviä erikseen
3. Kuka kysymyksessä 2 mainittuja työtehtäviä hoiti ennen tuottajan toimen syntymistä lehteen? *
4. Korvasiko tuottaja suoraan jonkun toimenkuvan organisaatiossa, vai syntyikö tuottajan toimi olemassaolevien tehtävien rinnalle? *
5. Syntyikö tuottajien toimitukseen tulon myötä kokonaan uusia tehtäviä? Jos syntyi, mitä ne olivat? *
6. Muuttuiko päivittäinen työ jotenkin tuottajan/tuottajien tultua mukaan lehden tekoon? *
7. Liittyikö tuottajan toimenkuvan syntyyn lehdessänne jokin suurempi toimituksellinen tai organisaatiomuutos? Jos liittyi, millainen? *

8. Mitä lehtenne halusi saavuttaa tuottajan/tuottajien tuomisella toimitustyöhön?

*

9. Onko tuottajan tuominen toimitustyöhön ollut mielestänne onnistunut ratkaisu? *

Perustelkaa vastauksenne lyhyesti

10. Kuka on tuottajan/tuottajien lähin esimies toimituksessa? *

Jos tuottajia on useita ja heidän lähin esimiehensä on eri, tarkentakaa.

11. Kuka on tuottajan/tuottajien lähin alainen toimituksessa? *

Jos tuottajia on useita ja heidän lähin alaisensa on eri, tarkentakaa.

12. Kuka/ketkä ovat samassa asemassa tuottajan/tuottajien kanssa toimituksessa? *

Jos tuottajia on useita, tarkentakaa tarvittaessa.

13. Oletetaanpa, että lehtenne hakisi nyt uutta tuottajaa. Minkälaiset vaatimukset hänen tulisi täyttää saadakseen paikka? *

14. Miksi olette päätyneet käyttämään juuri titteliä tuottaja? *

15. Vapaa sana tuottajista

Jos koette tuottajien tehtäviin lehdessänne liittyvän jotain oleellista, jota tämä kysely ei käsitellyt, olkaa hyvä ja kertokaa siitä tässä.

16. Vastaajan ja Lehden nimi *

17. Minuun saa ottaa yhteyttä mahdollisen jatkokyselyn/jatkohaastattelun muodossa *