

Daniel Wallenius

**Kun terävä kynä ei riitä**

Maakuntalehden toimittajan tarvitsemat tuottajan taidot

## **Kun terävä kynä ei riitä**

Maakuntalehden toimittajan tarvitsemat tuottajan taidot

Daniel Wallenius  
Opinnäytetyö  
Kevät 2014  
Viestinnän koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu

---

Tekijä: Daniel Wallenius

Opinnäytetyön nimi: Kun terävä kynä ei riitä. Maakuntalehden toimittajan tarvitsemat tuottajan taidot

Työn ohjaaja: Pekka Isomursu

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2014 Sivumäärä: 65 + 3

---

Tutkielmani tavoitteena on ollut selvittää, mitä tuottajan taitoja maakuntalehden toimittaja tarvitsee työssään. Tutkimus on toteutettu haastattelemalla kuuden lehden toimituspäälliköitä keväällä 2014.

Lähtökohta tutkimukselle on oma taustani toimittajana ja tuottajana sekä halu selvittää, mitä hyötyä tuottajan ja toimittajan tutkintojen yhdistämisestä voi olla. Tutkimuksen tietoperustassa on määritelty tuottajan toimenkuvaa ja journalistin jatkuvaa muutosprosessia.

Varsinaisessa tulososiossa tutkimuksen tuloksia on käyty läpi aihepiireittäin. Ensin on selvitetty lehden prosesseja ja sitä, miten tuottajan taidot näkyvät lehden päivittäisessä työssä. Tutkimuksen loppuosassa haastateltavia on pyydetty arvottamaan nämä taidot uuden rekrytoinnin osalta asteikolla nollasta viiteen.

Tutkielmasta kävi ilmi, että toimittajille on hyötyä lähes kaikista tutkielman alussa määritellyistä tuottajan taidoista rahoitukseen liittyvää osaamista lukuun ottamatta. Eri toimituksen osastoilla tarvitaan myös hieman erilaista tuottajan osaamista.

---

Asiasanat: Journalismi, tuottaja, tuottaminen, organisaatio, taidot, osaaminen

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree programme of media, Media production

---

Author: Daniel Wallenius

Title of thesis: When a Sharp Pen is not Enough - The Producer Skills a Journalist needs

Supervisor: Pekka Isomursu

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2014      Number of pages: 65 + 3

---

The aim of my thesis has been to find out what producer abilities a journalist in a regional newspaper needs. The research has been carried out by interviewing six managing editors of newspapers during spring 2014.

The foundation for the research is my own background as both a journalist and a producer and the will to find out what use there can be in studying both degrees. In the beginning of this thesis I have tried to define how the producer's field of work looks like and how journalism has changed.

In the research part, the results have been gone through by different themes. First I have tried to find out about processes in newspapers and how the producer abilities are seen in daily work. In the end part the people interviewed have valued the producer skills from zero to five, when hiring new people.

The results showed that a journalist can benefit from almost all producer skills apart from financing productions. It was also revealed that different skills are needed in different departments of the newsroom.

---

Keywords: journalism, producer, organization, skills, knowledge

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	7
2 TUOTTAJA JOURNALISMISSA	10
2.1 Tuottaja - projektipäällikkö	10
2.2 Tuottaja tuli sanomalehteen	10
2.3 Tuottajan taidot	13
2.4 Tuottajan ominaisuuksien määrittely	16
2.5 Toimittajan ja tuottajan erot	18
2.6 Toimituskulttuuri muuttuu	21
2.7 Verkkolehti printin rinnalla	24
2.8 Kansalaisjournalismi ja yleisön osallistaminen	26
2.9 Lehtien omistuksen keskittyminen ja yhteistyö	27
2.10 Lähtökohdat tutkimukselle	29
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	31
3.1 Tutkimuksen eteneminen	31
3.2 Lehtien valinta	32
4 TULOKSET	34
4.1 Lehden suunnittelu ja ideointi	34
4.2 Lehden työnjako ja aikataulutus	36
4.3 Toimituksen ulkopuolisten avustajien käyttö ja raha-asiat	38
4.4 Ilmoitusmyynti ja markkinointi	39
4.5 Sosiaalisen median käyttö	39
4.6 Printti- ja verkkolehden suhde	40
4.7 Juttuvaihto ja yhteistuotanto	42
4.8 Toimittaja kehitysprojekteissa	44
4.9 Tuottajan ominaisuuksien arviointi	45
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	58
5.1 Tarve johtuu muutoksesta	58
5.2 Voiko rajanvetoa tehdä?	59
5.3 Ongelmallinen tekijä-tuottaja	60

5.4 Jokaisen ei tarvitse osata tuottaa	61
LÄHTEET	62
LIITTEET	66

# 1 JOHDANTO

Tutkin keväällä 2012 kirjoittamassani journalismin suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyössä sitä, miten tuottajan titteli syntyi sanomalehtiin ja millaisia tehtäviä tuottajat lehdissä tekevät. Tuolloin johtopäätökset olivat pääpiirteittäin selviä. Tuottaja on toimituksen tietyn osaston tai lehden tietyn kokonaisuuden esimies.

Esittelin tutkielmassani tuolloin myös Oulun seudun ammattikorkeakoulun viestinnän osaston projektioipinnoista tutun käsitteen, tekijä-tuottajan. Nimesin tekijä-tuottajaksi toimittajat, jotka vastaavat tietystä kokonaisuudesta lehdessä, mutta työskentelevät kuitenkin toimittajan tittelillä. Siitäkin huolimatta, että heidän työnsä on hyvin tuottajamaista.

Olen tähänastisella työurallani työskennellyt viiden kuuden toimintatavoiltaan hyvin erilaisen lehden toimituksessa. Joissain lehdissä toimittaja on tehnyt kaiken juttuunsa liittyvän itse, toisissa taas työtä tehdään jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden työntekijöiden kanssa. Jos lehtijuttua ajatellaan omana kokonaisuutenaan lehden sisällä, voi jokaisen toimittajan nähdä tekijä-tuottajana. Juttu koostuu useista eri elementeistä kuten tekstistä, kuvasta ja grafiikasta. Usein toimittaja tekstin kirjoittajana ja jutun näkökulman valitsijana on se henkilö, jonka valinnat vaikuttavat muihin elementteihin. Tällöin toimittaja on myös se henkilö, joka luo sidoksen näiden palasten välille.

Toinen aiemmasta opinnäytetyöstäni esille noussut yksittäinen huomio oli kyselytutkimuksessani saama vastaus, jossa kerrottiin tekijä-tuottajan roolin olleen olemassa jo vuosikymmeniä. Siitä saattoi vetää johtopäätöksen, että rivitoimittajat ovat saattaneet työskennellä tuottajamaisesti jo pitkään. Aina ei riitä se, että on varustettu terävällä kynällä ja hyvällä uutisvainulla. Toimittajan on yhä useammin hallittava kokonaisuuksia, mikä puolestaan on tuottajalle hyvin suotava, oikeastaan elintärkeä vaatimus.

Päätin tässä toisessa opinnäytetyössäni tutkia, mitä tuottajan taitoja maakuntalehden toimittaja työssään tänä päivänä tarvitsee. Olettamukseni on, että tällaisia taitoja ovat ainakin kokonaisuuksien hallinta, ryhmätyötaidot, aikataulutus sekä kyky suunnitella. Koin valitsemani tutkimustavan, maakuntalehtien toimituspäälliköiden haastattelemisen, palvelevan tutkimukseni tarkoitusta parhaiten, sillä yleensä toimituspäällikkö on se, joka lehdessä toimittajat palkkaa. Tällöin hän myös tietää parhaiten, millaisia ominaisuuksia alaisiltaan vaatii.

Koen tämän loogisena jatkumona edelliselle, myös maakuntalehtien organisaatiota käsittelevälle opinnäytetyölleni. Edellinen työ ja siitä syntynyt uusi tieto toimivat myös varsin vahvana innoittajana tuottajien tutkimisen jatkamiselle. Tässä työssä olen myös halunnut paikata yhden osa-alueen, jonka edellinen työni jätti kokonaan huomiotta, verkkotoimittamisen. Siinä tuottajamaisia ominaisuuksia vaaditaan, jos mahdollista, vieläkin enemmän, koska työ tapahtuu reaaliajassa ja tällöin kokonaisuuden hahmottaminen on vielä entistäkin tärkeämpää.

Tärkein syy aihevalinnalle on kuitenkin ammatillinen identiteetti. Lähdin opiskelemaan journalismin ohella tuottajaksi, koska en ollut varma siitä, mitä haluan myöhemmin elämässäni tehdä. Olen työskennellessäni alkanut tiedostaa, että mediatuottamisen opinnoissa saatavista tiedoista ja taidoista voi tulevaisuudessa olla äärimmäisen paljon hyötyä toimittajan työtehtävissä. Tämän työn tarkoituksena on selvittää sekä itselleni että lukijoille, mitkä taidoista lopulta ovat hyödyllisiä ja mitkä eivät.

Kolmas innoittaja työn tekemiseen on Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän koulutuksen opintosuunnitelmien uudistaminen. Mediatuottamisen suuntautumisvaihtoehdon uusien opiskelijoiden sisäänotto lakkasi syksyn 2012 jälkeen kokonaan, ja osa sen opintosisällöistä integroitiin journalismin ja uutena perustetun visuaalisen suunnittelun suuntautumisvaihtoehdon opintosuunnitelmiin. Koulutusohjelman opintosuunnitelma toimii haastattelujen ohella yhtenä aineistona tutkimuksessani, sillä tuottamisen opinnoista siirtyneet kokonaisuudet antavat osviittaa siitä, millaisia tuottajan taitoja toimittajille tällä hetkellä opetetaan.



On mielestäni myös erittäin mielenkiintoista nähdä, millä tavoin osaamistavoitteet vastaavat niitä osaamisvaatimuksia, jotka lehtitalot toimittajilleen asettavat.

Journalistisen kulttuurin edistämissätiö myönsi tämän opinnäytteen tekemiseen 750 euron apurahan joulukuussa 2013.

## **2 TUOTTAJA JOURNALISMISSA**

### **2.1 Tuottaja – projektipäällikkö**

Aija Saari määrittelee tuottajan henkilöksi, jolla on ylin päätösvalta tuotannollisissa asioissa, ja joka vastaa kyseisen tuotannon rahoituksesta (Saari 2007, 7). Saari on opinnäytetyössään lajitellut tuottajat elokuvatuottajiin, kulttuurituottajiin, mediatuottajiin ja projektipäälliköihin (sama, 7–8). Siinä, missä elokuva-, kulttuuri- ja mediatuottajat työskentelevät tarkkaan rajatuilla aloilla, on projektipäällikön tittelillä varustettuja ihmisiä useilla eri aloilla. Saari näkee tuottajan olevan projektipäällikkö ja projektipäällikön tuottaja (Saari 2007, 9).

Projektipäällikkö on projektin vetäjä, joka vie projektia eteenpäin kohti haluttua lopputulosta (Karlsson & Marttala 2002, 33). Projekteissa on tunnistettavissa erilaisia vaiheita. Karlsson ja Marttala erittelevät niitä viisi erilaista. Selvittäminen, suunnan valinta, toteutuksen suunnittelu, toteuttaminen ja projektin tulosten luovuttaminen (sama, 17–18). Projektipäällikkö on siis henkilö, joka johtaa näiden vaiheiden toteuttamista.

### **2.2 Tuottaja tuli sanomalehteen**

Uutisia alettiin kerätä systemaattisesti yhteen uutiskirjeiksi 1500-luvulla ja niitä myytiin käsin kopioituna suurimmissa kauppakeskitymissä. 1600-luvulla markkinarako sanomalehdelle oli jo olemassa, ja ensimmäiset viikoittaiset lehdet alkoivat ilmestyä vuosisadan lopulla. Tätä sanomalehtien ensimmäistä kehitysvaihetta kutsutaan eliittilehdistön ajaksi, sillä tuon ajan eliitti, kauppiat ja käsityöläiset olivat innokkaimpia sanomalehtien lukijoita. (sama, 58–59.)

Sananvapauden kehittyessä ja laajentuessa lehdistö alkoi muuttua poliittiseksi (Kunelius 2004, 64). Noihin aikoihin, 1700-luvun lopulla, perustettiin myös ensimmäinen suomalainen sanomalehti, ruotsinkielinen Åbo Tidningar. Vielä tätä ennen varsinaisia toimittajia ei ollut olemassa, vaan lehdet koostuivat usein pelkästä päätoimittajasta. (Tommila & Salokangas 1998, 14, 32.) Poliittisen lehdis-

tön aikakaudella toimitusten koko alkoi kasvaa voimakkaasti ja 1800-luvun lopulla useimmissa sanomalehdissä työskenteli päätoimittajan alaisena muitakin toimittajia. Samoihin aikoihin päätoimittajien ja toimittajien välille syntyi toimitussihteerin virka. (sama, 79.)

Lehdistön kehitys on edennyt eri vauhtia eri maissa, mutta todelliset kaupallistumisen edellytykset olivat olemassa ensimmäistä kertaa 1800-luvun alussa. Tuolloin painokustannukset olivat laskeneet niin paljon, että lehdille alkoi olla kannattavaa kerätä suuria yleisöjä. Suuret yleisöt saavutettiin parhaiten, jos ne eivät enää ajaneet poliittista agenda. Tällöin kauppatavaraksi tuli uutinen, ja lehdet alkoivat myydä totuutta mielipiteiden sijasta. (Kunelius 2004, 67.) Ensimmäinen maailmansota kasvatti voimakkaasti uutisten määrää ja ne täytyi arvottaa jotenkin lehden sivuilla. Näin toimitussihteerin ja uutistuottajan nykyisenkaltainen toimenkuva alkoi hahmottua. (Tommila & Salokangas 1998, 196–197.) Kaupallistumisen myötä myös uutiskriteerit muuttuivat. Poliittikkaa tärkeämmäksi tuli sen lähes täydellinen vastakohta – aiheet, jotka eivät herkästi politisoidu. (Kunelius 2004, 68.)

Uutinen lehden tärkeimpänä sisältönä on pysynyt suhteellisen muuttumattomana noista ajoista lähtien, mutta toimitusorganisaatiot ovat jatkaneet kehitystään. Toimituspäälliköt tulivat suomalaisiin lehtiin 1920-luvuilla ja uutispäälliköt 1950-luvulla. He johtivat lehden käytännön työtä, kun toimitussihteerit puolestaan vain kasasivat sen. (Tommila & Salokangas 1998, 272.) Toinen muutos lehtien organisaatioissa oli nykyisenkaltaisten osastorajojen synty. Erikoistuneita toimittajia oli jo vuosisadan alussa, mutta samoihin aikoihin uutispäällikön vakanssin synnyn kanssa toimituksen eri osastot eriytettiin ja ne saivat joissain tapauksissa oman taiton. (Tommila 2003, 53.)

Olennaista toimituksellisissa esimiehissä on, että he ovat aina toimittajia, jotka ovat ylenneet esimiesasemaan. Tämä johtuu siitä, että esimiehen on osattava niitä asioita, joita alaisiltaan vaatii. Rentola kuvailee lehdentekoa tiimityöksi, jota tekevät yksilöt. Vuonna 1999 kirjoittamassaan artikkelissa hän oli sitä mieltä, että lehdet tehtiin yhä ilman todellista tiimityötä, vaikka siitä valtavasti puhu-

taankin. Hän nostaa erityisen tärkeäksi esimiehen tehtäväksi kokonaisuuden näkemisen. (Rentola 1999, 54–56.) Karkeasti asian voisi oman tutkimukseni näkökulmasta yleistää niin, että esimieheksi ylenevät ne toimittajat, joilla on eniten tuottajamaisia ominaisuuksia. Tai ainakin toimittajat, joilla näitä ominaisuuksia ja taitoja uskotaan olevan.

Keväällä 2012 suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien toimituksissa työskenteli 86 henkilöä tuottajan tittelillä. Nämä tuottajat olivat poikkeuksetta joko toimituksen, toimituksen osaston tai lehden yksittäisen sisältökokonaisuuden päälliköitä tai niistä vastaavia henkilöitä. (Wallenius 2012, 16.)

Osin kyse on pelkästä tittelin muutoksesta, sillä uutistuotannosta vastaavat työntekijät, uutispäälliköt, on monissa lehdissä brändätty viime vuosikymmenellä uudelleen uutistuottajiksi (Kolari 2009, 150). Kolarin mielestä tuottajuudessa on kuitenkin lähinnä kyse enemmän ammatti-identiteetistä kuin varsinaisesta toimenkuvan muutoksesta (sama, 150). Journalistiliitto otti tuottajan käyttöön ammattinimikkeenä painoviestinnän puolella vuonna 1998, ja tämän jälkeen tuottajien määrä on kasvanut voimakkaasti (sama, 166). Syynä tuottajan tittelin laajamittaiseen vakiintumiseen käyttöön on se, että tuottaja on toimenkuvaan sopivin titteli ja hieman pienemmässä määrin se, että tuottaja on trenditermi, jota on muodikasta käyttää (Wallenius 2012, 33).

Vuonna 2012 tekemäni tutkielma vahvisti sen, että tuottaja sanomalehdessä täyttää projektipäällikön määritelmän. Työstä voi selkeästi löytää Karlssonin ja Marttalan erittelemät projektin viisi erilaista vaihetta (Wallenius 2012, 34). Tutkimuksessa käyttämäni päällikkötuottajan määritelmä on suhteellisen selkeä. Hän osallistuu itse projektin vaiheista työn suunnan valintaan, toteutuksen suunnitteluun ja projektin tulosten luovuttamiseen. Hänen roolinsa itse projektin toteuttamisessa on kuitenkin varsin pieni. Päällikkötuottajille ominaista onkin, että he tuottavat hyvin vähän tai eivät lainkaan varsinaista toimituksellista materiaalia itse (sama, 36).

Suurempi rooli suorittavassa portaassa on tekijä-tuottajalla. Määrittelin tekijä-tuottajan toimittajaksi, joka työskentelee ensisijaisesti toimittajana, mutta hänellä on erityisvastuuna jokin lehden osio. Tekijä-tuottaja vastaa oman vastuualueensa sisällön suunnittelusta, toteutuksesta ja viimeistelystä. (Wallenius 2012, 35–36.) Tekijä-tuottaja on ikään kuin piilotuottaja, sillä sanomalehtien toimituksissa nämä kulkevat useimmiten toimittajan tittelillä ja heidän määräänsä on siksi hyvin vaikea tietää.

### **2.3 Tuottajan taidot**

Hyvän esimiehen, tuottajan ja projektipäällikön ominaisuuksia on listattu useissa tutkimuksissa, ja niistä kirjoitettava lista on loputon. Ensiarvoisen tärkeä vaatimus päällikkötason tuottajalle on journalistinen osaaminen. (Wallenius 2012, 43.) Tämä ei ole yllätys, sillä sanomalehden toimituksen voi nähdä asiantuntija-organisaationa, jota johtavat asiantuntijat, tässä tapauksessa toimittajat itse, eivätkä koulutetut johtajat. (Kasvio 1994, 65.) Tuottajamaiseen toimintaan voivat myös journalistisen osaamisen ja kokemuksen lisäksi kuulua näkemys lehden-teosta liiketoimintana sekä tuottajamaisen toimintatavan omaksuminen (Kolari 2009, 161–162). Oma tutkimukseni ei kuitenkaan pitänyt oman työn tuotteena näkemistä tai liiketoiminnallista ajattelua tuottajalle tärkeänä ominaisuutena (Wallenius 2012, 43).

Karlsson ja Marttala korostavat projektipäällikön sitoutumista ja selviä valtuuksia. Tämän lisäksi projektipäällikön tulisi olla kyvykäs sosiaalisilta taidoiltaan, kyetä organisaation hyvään suunnitteluun, projektin eri osien koordinointiin, priorisointiin, aikatauluttamiseen, budjetin hallintaan, sisäiseen viestintään, tunnistamaan riskit ja käsittelemään ulkopuolisilta ostettavia tuotteita ja palveluita. (Karlsson & Marttala 2002, 83–85.)

Saaren lista tuottajalta vaadittavista ominaisuuksista on lähes kahden sivun mittainen luettelo adjektiiveista. Listassa korostuvat sosiaaliset kuvut, organisaatio-aidot, johtamistaito, tarkkuus, ahkeruus ja asiantuntevuus. (Saari 2007, 27–29.)

Karlssonin, Marttalan ja Saaren esittämät hyvän tuottajan ominaisuudet pätevät myös lehtituottajaan. Olen aiemmassa tutkielmassani määritellyt tuottajan toimittajaksi tai esimiestehtävissä työskenteleväksi toimittajaksi, joka vastaa yhdestä tai useammasta kokonaisuudesta lehden sisällä. (Wallenius 2012, 34.) Kokonaisuuksista vastaaminen tai uutistyön päivittäinen pyörittäminen vaatii juuri edellä mainittuja taitoja.

Adjektiiveja ja tuottajan laajaa kuvailua olennaisempaa on kuitenkin se, millaisia tosiasiallisia taitoja tuottajilla on ja mitä tuottajaksi koulutettaville ihmisille opetetaan. Taulukossa 1 on esitelty ominaisuuksia ja taitoja, jotka mainitaan tuottamisen opetusta tarjoavien ammattikorkeakoulujen opintosuunnitelmien osaa-mistavoitteissa ja kurssisisällöissä. Taulukossa ovat mukana Oulun ammattikorkeakoulun, Humanistisen ammattikorkeakoulun, Metropolia ammattikorkeakoulun (kaksi koulutusohjelmaa), Seinäjoen ammattikorkeakoulun ja Tampereen ammattikorkeakoulun tuottamisen koulutusohjelmat. Arcadan ja Turun ammattikorkeakoulujen kurssisisältöjä ei ollut saatavissa.

On paikallaan huomata, että koulutusohjelmista Seinäjoen ja Humanistisen ammattikorkeakoulun sekä Metropolian toinen mukana oleva koulutusohjelma ovat suuntautuneet tapahtumatuottamiseen. Oulun ammattikorkeakoulun, Tampereen ammattikorkeakoulun sekä Metropolian toinen koulutusohjelma puolestaan monimedia- tai av-tuottamiseen.

TAULUKKO 1. Tuottajaopiskelijoille ammattikorkeakouluissa opetettavat taidot. Samalta opintojaksolta on saatettu poimia taulukkoon useita osaamistavoitteita tai sisältöjä.

Osaaminen	Opintojaksojen lukumäärä
Suunnittelu, suunnitelman tekeminen ja valmistelu	73
Asian tai kokonaisuuden kehittäminen	38
Jonkin kokonaisuuden hallinta	33
Ryhmä- ja tiimityöskentely	33
Hallinnointi, johtaminen ja vastuutehtävät	33
Ideointi ja innovointi	18
Rahoituksen hankinta	17
Sopimusten tekeminen ja sopimuskäytännöt	15
Markkinointi	14
Budjetointi	14
Aikataulutus	10
Tuotteistaminen	9
Tiedottaminen	8
Resurssointi	7
Internet ja sosiaalinen media	7
Versiointi	3

Taulukosta käy ilmi, että tuottajille opetettavat taidot ovat hyvin pitkälti hallinnointia, organisointia ja johtamista ja huomattavasti vähemmän suorittavan portaan tehtäviä. Suunnittelu ja suunnitelmien tekeminen korostuvat hyvin vahvana, samoin se, että tuottaja on projektin vetäjä, kuten Karlsson ja Marttala (2002, 33) näkevät. Taulukossa luetellut osaamisalueet ja tehtävät ovat myös niitä, joiden tarvetta lähden tutkimuksessani selvittämään.

## 2.4 Tuottajan ominaisuuksien määrittely

Suunnitelma on suunnittelun tulos, luonnos, ehdotelma tai ajatus jonkin hankkeen tai aikomuksen toteuttamiseksi. Suunnittelu puolestaan on valmiiseen suunnitelmaan tähtäävää toimintaa. (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 185.) Valmisteleminen puolestaan on alustavien töiden tai ennakkotoimenpiteiden tekemistä jotakin varten (sama, 495).

Kun jokin asia kehittyy, se muuttuu joksikin tai johonkin suuntaan. Kehittäminen on jonkin asian muuttamista johonkin suuntaan vähitellen. (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 501.)

Kokonaisuus on yhtenäiseksi tajuttava osien yhdistelmä (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 590). Jonkin asian hallinta puolestaan on sen osaamista (sama, 205). Osaaminen puolestaan on taitotietoa, asiantuntemusta ja tietämystä (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 397 ja 3. osa, 242). Kokonaisuuksien hallinta on siis näin määriteltävissä tietämykseksi ja asiantuntemukseksi koskien osien yhdistelmää.

Ryhmä on pienehkö joukko toisiaan lähellä olevia ihmisiä, jotka käsitetään yhteen kuuluvaksi kokonaisuudeksi. Ryhmätyö puolestaan on työskentelytapa tai opetusmenetelmä, jossa kaksi tai useampia henkilöitä toimii yhteistyössä. (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 736–737.) Tiimi puolestaan määritellään työryhmäksi (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 319).

Hallinnointi on hallinnon hoitamista tai järjestämistä (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 205). Johtaminen puolestaan on jonkun tekojen tai toiminnan ohjaimista tai joukon tai ryhmän komentamista tai käskemistä. Johtaminen voi myös tarkoittaa päällikkönä tai esimiehenä olemista. (sama, 377.) Vastuussa olevalla henkilöllä on velvollisuus vastata jostain asiasta, toiminnasta, teosta tai henkilöstä (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 535).



Idea on oivallus, uusi ajatus, aate, keksintö tai pulman ratkaisu. Ideoiminen ja ideointi puolestaan on ideoiden keksimistä. (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 320–321.) Innovaatio puolestaan on uudennos, uutuus tai uutuustuote. Innovointi on uudistamista, keksimistä ja luomista. (sama, 346.)

Rahoittaminen tarkoittaa varojen hankkimista, varojen antamista tai jonkin pääomittamista. Rahoitus puolestaan on rahoittamiseen tarkoitettua rahaa. (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 646.) Yleistettynä rahoituksen hankinta siis tarkoittaa rahoittamista.

Sopimus on kahden tai useamman henkilön tai yhteisön keskenään tekemä ja osapuolia sitova päätös (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 127). Sopiminen puolestaan on sopimuksen tekemistä (sama, 126). Käytäntö puolestaan voidaan tässä yhteydessä nähdä menettelytapana (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 725). Näin siis sopimuskäytännöt ovat menettelytapoja sopimusten tekemiseen.

Markkinointi on markkinoimista, jonkin myyntiin toimittamista, myynnin edistämistä tai mainostamista. Markkinointia harjoittaa markkinoija. (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 186.) Tuotteistaminen puolestaan on jonkin hyödykkeen tekemistä markkinoitavaksi tuotteeksi (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 384).

Budjetti on tulo- tai menoarvio tai yleisemmin talousarvio. Budjetoiminen puolestaan on Kielitoimiston sanakirjan mukaan budjettiin ottamista. (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 97.) Itse näkisin sen tässä yhteydessä pikemminkin budjetin tekemisenä.

Aikataulu on etukäteen tehty ajankäyttösuunnitelma. Aikatauluttaminen on puolestaan aikataulun laatimista jollekin. (Sama, 13.)

Tiedottaminen on tiedon antamista jostakin, tiedoksi saattamista, ilmoittamista, informoimista tai raportoimista. Tiedote on konkreettinen teksti, jonka tehtävä on jokin edellä mainituista. (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 312.)

Resurssit ovat voimavaroja, mahdollisuuksia tai keinoja. Resursointi puolestaan on näiden jollekin antamista. Resursointi voidaan myös nähdä taloudellisen tuen antamisena. (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 685.)

Internet on maailmanlaajuinen, tiedonsiirrossa määräkäytäntöä noudattava avoin tietoverkko. (Kielitoimiston sanakirja, 1. osa 2012, 348.) Sosiaalinen on synonyymi sanalle yhteisöllinen, jolloin sosiaalinen media ja yhteisöllinen media muodostuvat synonyymeiksi (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa 2012, 133, 654). Media on viestinnän kanava tai ilmaisuväline (Kielitoimiston sanakirja, 2. osa 2012, 197). Sosiaalinen media on siis yhteisöllisen viestinnän väline.

Versio on toisinto, mukaelma tai sovitus jostain. Versiointi on version tekemistä jostakin. (Kielitoimiston sanakirja, 3. osa, 556.)

## **2.5 Toimittajan ja tuottajan erot**

Kirjoittava toimittaja kirjoittaa lehtiin erilaisia juttuja. Toimittaja etsii taustatietoa, haastateltavia sekä lähdeaineistoa ja seuraa uutisvirtaa. Toimittajat kirjoittavat myös referaatteja useilta eri tahoilta kootun materiaalin perusteella, käyvät tiedotustilaisuuksissa, tekevät haastatteluja ja kirjoittavat myös tavallisia uutisjuttuja pidempiä reportaaseja ja artikkeleita. Toimittajan työnkuvaan voi myös kuulua muiden kirjoittajien tekstien editoiminen valmiiksi jutuiksi.

Isoimmissa lehdissä toimittajat voivat olla tiettyyn osaamisalueeseen erikoistuneita. Pienissä lehdissä toimittajat puolestaan tekevät juttuja laidasta laitaan. Toimituksesta riippuen työhön saattaa kuulua myös valokuvausta ja juttujen taittoa sekä ulkoasusuunnittelua.

Verkkotoimittaja puolestaan on toimittaja, joka tuottaa journalistista sisältöä verkkoon, maakuntalehtien tapauksessa verkkolehteen. Joskus verkkotoimittajan tehtävässä vaaditaan myös koodaustaitoa. (Ammattinetti, hakupäivä 14.4.2014.)

Hyvän toimittajan on oltava lähes yli-ihminen. Modernille toimittajalle tärkeimpiä ominaisuuksia on lueteltu Helsingin Sanomissa helmikuussa 2011 julkaistussa Mikael Pentikäisen kolumnissa.

Toimittajan työnkuvassa on pysyvä lähtökohta: hyvä toimittaja haluaa olla tekemisissä ihmisten kanssa ja palvella heitä.

Hyvä toimittaja haluaa tietää. Hän on utelias. Hänellä on suurempi halu ymmärtää kuin luulla ymmärtävänsä.

Hänellä on laajalti tietoa ja ymmärrystä, sivistystä. Hänellä on myös nöyryyttä tunnustaa tietämisensä rajat.

Hänellä on rohkeus kysyä ja selvittää. Hän uskaltaa mennä sinne, missä tapahtuu. Hän osaa nähdä ja havainnoida. Oma todistaminen on verraton tiedonhankintatapa.

Hyvällä toimittajalla on taito kuunnella eikä vain olla kuuntelevinaan. Hän osaa kuulla monella kielellä, ei vain omallaan. Hän osaa kuunnella eri lähteitä: ei vain yhtä ja tuttua vaan myös sellaisia, jotka eivät tue hänen perusoleuksiaan.

Hyvä toimittaja ei pelkää liikaa ketään eikä mitään mutta kunnioittaa kaikkia. Hän tuntee erilaisia tiedonhankintakeinoja ja oikeutensa tiedon äärellä. Hänellä on itseluottamusta ja uskallusta kertoa tietämänsä, vaikka se järjestyttäisi maailmaa.

Mutta pelkkä tieto ei riitä. Olennainen on tarinan kertomisen taito. Hyvä tarina on journalismin sydän. Tämä piirre on kuulunut laadukkaaseen journalismiin aina. Journalismi on asioiden selvittämistä ja niiden kertomista lukijan tarpeiden mukaan.

Hyvän tarinan kohdatessaan lukija tuntee ymmärtämisen iloa, vaikka itse uutisen asiasisältö ei ilahduttaisi. Parhaassa kerronnassa teksti ja kuva kulkevat käsi kädessä.

Journalismissa pysyvä arvo on myös joukkuepelin luonne. Paras journalismi syntyy yhdessä. Se vaatii yhteistyötä kirjoittajan, käsittelijän, taittajan, kuvaajan, graafikon, kollegan, esimiehen, lähteen ja lukijan kesken.

Pysyvä on myös ammattietiikan merkitys. Toimittajalla pitää olla vahva integriteetti. Se on uskallusta toimia omien journalistin arvojen mukaisesti ja kertoa totuus parhaan tiedon mukaan – sekä muistaa, ettei täydellistä totuutta ole olemassa.

Objektiivisuuteen pitää pyrkiä mutta tunnustaa, ettei sitä koskaan saavuta. Paraskin yritys kuvata todellisuutta on aina vajaa.

--

Ihmisiä pitää tuntea, mutta tarvittaessa pitää pystyä ottamaan etäisyyttä ja kirjoittamaan tuntemistaan ihmisistä myös ikäviä.

Tulevaisuudessa ammattietiikan merkitys kasvaa. Ihmiset haluavat lukea ja tukea mediaa, jolla on vahva etiikka ja uskallus toimia sen mukaisesti. Samalla lukija on entistä herkempi sille, ettei toimittaja käytä asemaansa epäeettisesti – esimerkiksi ajaakseen omaa tai mieluisan viiteryhmänsä asiaa. (Pentikäinen 2011, hakupäivä 14.4.2014.)

Kappaleessa 2.2 mainitsin, että tuottaja tai toimituksen esimies on esimiestehtäviin ylennyt toimittaja. On siis oletettavaa, että sanomalehdessä tuottajana työskentelevällä henkilöllä on oltava Pentikäisen luettelemia ominaisuuksia, jotta hän on päässyt toimittajaksi. Uutispäällikön tai uutistuottajan tehtävä sisältää kuitenkin hyvin vähän varsinaisia kirjoittavan toimittajan tehtäviä.

Uutispäällikkö tai -tuottaja on lehden toimitusorganisaation sydän. Hänen tehtävänsä on koordinoita ja johtaa lehden päivittäistä toimitustyötä. Hän on hyvin usein se, joka seuraa lehdessä päivän tapahtumia maailmalla. Hän vastaanottaa ja etsii tietoa eri kanavista ja miettii, mikä osa tiedosta päätyy lehteen. Uutispäällikön tehtäviin kuuluu myös tulevien lehtien suunnittelu, sillä yleensä joi-tain, erityisesti viikonlopun tai teemaliitteiden juttuja tai toistuvia uutistapahtumia suunnitellaan pitkälle etukäteen.

Uutispäällikön tai -tuottajan vastuulla on usein pitää lehden päivittäiset palaverit ja hän myös hoitaa lehden päivittäisen työnjaon. Uutispäällikkö on paitsi yhteydessä organisaation omiin toimittajiin, myös lehden käyttämiin avustajiin. (Penttilä 2001, 37–42.)

Koska edellisessä tutkielmassani tuli selkeästi ilmi, että tuottaja on päällikköä sopivampi nimi uutistuottajille tämän toimenkuvan takia, on syytä uskoa, että sanomalehdessä olevalta tuottajalta vaaditaan luvuissa 2.3 ja 2.4 esitetyt ja määritellyt ominaisuuksia. Tärkeimmiksi journalistisessa esimiestehtävässä työskentelevän tuottajan taidoiksi nousivat tutkimuksessa ideointikyky, yhteistyötaidot, paineen- ja stressinsietokyky, johtamistaidot, uutisena, organisaatio- taidot ja itsenäisyys. Näistä ideointikyky, yhteistyötaidot, johtamistaidot ja organisoitaitaidot löytyvät luvuista 2.3 ja 2.4. Muita, vähemmän tärkeintä pidettyjä taitoja, jotka löytyvät myös tässä tutkielmassa erittelemistäni tuottajan taidoista, olivat laaja-alaisuus ja kyky uudistaa, jotka voi nähdä kehittämiseen ja kokonaisuuksien hallintaan liittyvinä ominaisuuksina. Lisäksi tutkimusaineistosta kävi ilmi, että edellä mainittuja taitoja vaaditaan normaalien toimittajan taitojen lisäksi. (Wallenius 2012, 32–33.) Tuottajan ja toimittajan taitoja on hyvin vaikea erottaa, sillä hyvällä toimittajalla on tuottajan osaamista ja hyvällä tuottajalla toimittajan osaamista.

## **2.6 Toimituskulttuuri muuttuu**

Paitsi toimitusorganisaatiot, myös toimitustyö on muuttunut. Merja Helle sanoo tutkimuksessaan sen olevan jopa murroksessa. Helle näkee murroksen alkaneen mediasisältöjen digitalisoinnista 1980-luvun alussa. (Helle 2010, 16.)

Yksi suurimpia muutoksia on siirtyminen yksilöllisestä työtavasta suunnittelevaan ja editoivaan työtapaan. Yksilöllisessä työtavassa toimittajilla, kuvaajilla ja taittajilla on ollut oma asemansa eikä sisältöjä ole juuri suunniteltu yhdessä ennakoon. Tavalle ominaista ovat matala hierarkia ja kunkin keskittyminen omaan työhönsä. Juttuja ei editoida muuten kuin kieliasun osalta ja jutut taiteetaan sivuille ilman sen suurempaa paikkojen ennakkosuunnittelua. Palautetta ei juurikaan anneta, tuotannon hallintajärjestelmää ei ole ja lukijoista tiedetään hyvin vähän. (Helle 2010, 169–170.)

Suunnittelevassa työtavassa sen sijaan työnjako ja toimituksen kontrolli ovat tarkkoja, sisältöä tehdään ensisijaisesti lukijoille ja toimitus tuntee lukijansa. Visuaalinen ulkoasu perustuu vakioituun sivukarttaan ja tarkasti määritelyihin jut-

tutyyppeihin. Lisäksi juttujen editointi kulkee läpi koko toimitusprosessin suunnittelusta palautteeseen ja toimintaa ohjaavat teoreettiset käsitteet. Suunnittelevassa työtavassa toimittaja muuttuu raaka-aineiston tuottajaksi. Tämä aineisto käy jopa useita eri kertoja editoijalla, joka jutun valmistuttua laittaa sen taittoon. (Helle 2010, 170.)

Lienee huomionarvoista mainita, että mahdollisuudet suunnittelemaan työtapaan ovat suuremmat tutkimuksen kohteena olevissa maakuntalehdissä kuin pienissä paikallislehdissä. Emma Södrén ja Nathalie Lindblom kuvaavat omassa tutkimuksessaan toimittajan työtä suureksi ryhmätyöksi eri tasoilla. Pienissä lehdissä toimittajat voivat olla vastuussa työstään ideoinnista taittoon asti, kun taas suurissa lehdissä ympärillä on enemmän kollegoja hyväksymässä ideat ja enemmän päälliköitä, jolloin toimituksellinen ketju on pidempi ja mahdollistaa suunnittelemaan työtavan. (Lindblom & Södrén 2010, 54.)

Siirtymä yksilöllisestä suunnittelemaan työtapaan on tällä hetkellä menossa lehtikentällä ympäri maailmaa. Välivaihe, jossa työtapoja käytetään rinnakkain, voi kuitenkin kestää useita vuosia. (Helle 2010, 171.) Suunnittelemaan työtapaan siirtymisessä voi kuitenkin piillä se vaara, että ideointivastuu jää pienelle joukolle ja uutisdeski muuttuu paikaksi, josta käydään kysymässä lupa kaikkeen. Suunnittelevassa ja editoivassa työtavassa onkin tärkeää, että toimittajat saadaan mukaan työprosessiin ottamaan vastuu aiheiden eteenpäin viemisestä. (Koski 2008, 81.)

Kimmo Koski on pro gradu -tutkielmassaan tutkinut Aamulehden siirtymistä suunnittelemaan työtapaan. Aamulehdessä työskenteli lehti uudistuksen jälkeen kahdeksan uutispäällikköä ja neljä visuaalista päällikköä. Vastaavat uutispäälliköt suunnittelivat seuraavan päivän lehteä. Aamulla he rakentavat lehden sivukartan, päättävät juttujen sisällöstä ja jakavat päivän työtehtävät toimittajille. Iltavuoron vastaava uutispäällikkö vie aamulla suunnitellun lehden loppuun. Sekä aamu- että iltavuorossa työskentelee lisäksi vastaava visu-päällikkö, joka vastaa grafiikasta, kuvatarjonnasta ja osin myös taitosta. Lisäksi iltavuorossa on editoiva uutispäällikkö, joka vastaa uutisaukeamasta. (Koski 2008, 81.)

Suunnittelevat uutispäälliköt puolestaan suunnittelevat ylihuomisen lehteä, valmistelevat viikonlopun lehtiä ja laittavat työn alle tulevia juttuja. He jalostavat aiheita toimittajien kanssa ja avustavat tarvittaessa vastaavaa uutispäällikköä. (Koski 2008, 82.)

Osana suunnittelevaan työtapaan siirtymistä Aamulehden toimitus alkoi käyttää ennakoivaa taittoa. Ennakoiva taitto on Anygraafin ja Karjalaisen yhteistyössä syntynyt järjestelmä, joka tarkoittaa käytännössä sitä, että toimittaja kirjoittaa juttunsa suoraan sille varattuun tilaan sivulla. (Koski 2008, 73.)

Ennakoivassa taitossa lehden taiton suunnittelu ohjaa työprosessia. Päivän lehti voidaan suunnitella valmiiksi varaamalla jokaiselle jutulle ja kuvalle oma tilansa sivulta. Ajatusta on viety niinkin pitkälle, että sivugeometrioita, eli kokonaan valmiita sivupohjia tehdään valmiiksi. Sivugeometrioihin on määritelty jokaiselle jutulle oma paikkansa, kokonsa ja kaikki siihen tarvittavat elementit, kuten kuva, grafiikka, tietolaatikko tai sitaatti. (Koski 2008, 74.)

Ennakoiva taitto on auttanut Aamulehden esimerkissä eniten siinä, että tarve muokata juttuja iltavuorossa väheni ja jutut vaativat hyvin vähän editointia ennen taittamista. Yksittäisen toimittajan työtä geometrioiden käyttö helpotti, sillä juttuun ei enää tarvinnut tehdä kaikkia mahdollisia elementtejä. (Koski 2008, 75.)

Toimituskulttuurin muutoksella tähdättiin paikallisuuden lisäämiseen ja omien uutisten tuottamiseen (Koski 2008, 86–87). Omien juttujen tuottaminen vaati myös yhteistyön lisäämistä toimituksessa. Erityisesti korostui osastorajat ylittävä yhteistyö ja töiden organisointi ennakoivasti, sillä juttukokonaisuudella on yleensä monta tekijää. (Koski 2008, 88.)

Kosken tutkimuksessa ei ole käsitelty kovin tarkasti sitä, miten ennakoivaan taittoon siirtyminen on vaikuttanut toimittajan päivittäiseen työhön, vaan siinä on keskitytty lähinnä uutispäälliköihin. Lisäksi tutkimus on tehty Aamulehdessä, jo-

ka ei ole mukana tässä tutkielmassa laisinkaan. Koski toteaa tutkielmassaan, että kaikki toimitukset ja toimituskulttuurit ovat erilaisia ja sanomalehtien tuotantotapoja on lähes mahdoton vertailla keskenään, koska jokainen niistä pohjaa lehden omaan journalistiseen perinteeseen ja historian aikana kehittyneisiin työtapoihin. (Koski 2008, 79.) Esimerkkinä suunnittelevan ja editoivan työtavan käytöstä se on kuitenkin mielestäni varsin validi. Tapa, jolla työtavan käyttö on järjestetty käytännössä, ei eroa merkittävästi niistä lehdistä, joissa itse olen työskennellyt.

Merja Helle viittaa tutkimuksessaan myös ruotsalaisen Gunnar Nygrenin teokseen *Nyhetsfabriken – Journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, jossa Nygren listaa keskeiset toimituksellisen työn muutokset. Ensinnäkin toimittajat joutuvat yhä enemmän tekemään perinteisen toimituksellisen työn ulkopuolella olevaa työtä, kuten kuvaamaan ja taittamaan. Toisekseen toimittajien on otettava lukijat aiempaa enemmän huomioon ja interaktiivisuus lukijoiden ja toimittajan välillä kasvaa: lukijat voivat kommentoida juttuja ja heitä voidaan pyytää avuksi tiedonhankintaan. Myös toimitusten työtahti lisääntyy. Juttuja tuotetaan vuorokauden ympäri ja jo julkaistuja juttuja päivitetään. Tämä johtaa Nygrenin mukaan syvällisyyden ja lähdekritiikin huononemiseen, kun määrä korvaa laadun. Työprosessit muuttuvat siten, että toimituksissa tehdään yhä enemmän yhteistyötä ja taloudelliset paineet näkyvät koko työprosessissa. (Helle 2010, 177.)

## **2.7 Verkkolehti printin rinnalla**

Toinen suuri journalistisen työn muutos liittyy verkkolehtien yleistymiseen ja sähköisen uutisoinnin roolin kasvamiseen. Verkkolehtien kehitys on ollut Suomessa nopeaa, sillä jopa pienillä paikallislehdillä on nykyisin journalistista sisältöä tarjoavat verkkolehdenä (Rajala 2011, 8). Ensimmäiset verkkolehdet alottivat Suomessa 1995 (Natunen 2007, 11). Vastasyntyneistä verkkolehdistä tehtiin tuolloin maksuttomia (Rajala 2011, 8) ja sisältöä julkaistiin verkossa maksuttomasti pitkälle 2010-luvulle. Kauppalehti otti ensimmäisenä Suomessa käyttöön maksumuurin sivustollaan vappuna 2012 (Markkinointi & Mainonta 2012,



hakupäivä 14.3.2014). Sen jälkeen muut lehdet ovat seuranneet perässä (Talouselämä 2013, hakupäivä 14.3.2014).

Alussa, teleoperaattoreiden ilmaissisällön pelästyttämänä, verkkoon laitettiin suuret määrät printtilehden sisältöä ilmaiseksi kaikkien nähtäville ja sisältö oli yhteneväistä printtilehtien kanssa. Näitä alkuvaiheen verkkolehtiä kutsuttiin lapiolehdiksi. Verkkolehdet ovat kuitenkin muuttuneet vuosien saatossa lapiolehdistä nopeaan uutistarjontaan keskittyviksi verkkojulkaisuiksi. (Rajala 2011, 10.) Rajala näkee printti- ja verkkolehtien lopulta eriytyvän kokonaan omiksi julkaisuikseen. Hän näkee verkon nopeana mediana, jossa uutisoidaan päivän ajan-kohtaisia uutisia. Printtilehden tehtävä puolestaan on katsoa tulevaan ja taustoitaa uutistapahtumia. (sama, 12.) Kimmo Koski näkee, että sanomalehden ja sen verkkolehden tehtävät ovat eriytyneissä (Koski 2008, 30).

Uutisten tekeminen verkkoon on erilaista kuin printtiin. Tekstien on oltava lyhyempiä ja napakampia ja journalistisen tekstin räväkämpää verkossa. Joissain lehdissä pohditaan myös yhä, mitä sisältöä julkaista verkossa ja mitä printissä. Ossi Rajala käyttää esimerkkinä Turun Sanomia, joka julkaisee heti verkossa tiedotteiden ja tiedotustilaisuuksien pohjalta syntyneet uutiset, sillä ne ovat myös muiden tiedotusvälineiden tiedossa. Omista skuupeista sen sijaan julkaistaan verkossa vain lyhyt teaser, joka kehottaa lukemaan lisää paperilehdestä. (Rajala 2011, 14–15.)

Verkkolehdistä käytetään myös erilaisia sisältöjä, kuten blogeja, testejä tai videoita. Lisämateriaalit rakentuvat uutistarjonnan ympärille, sillä verkossa uutiset ovat tärkein sisältö. (Rajala 2011, 16.) Kun aineisto on digitaalisessa muodossa, voi myös erilaisia printtilehdessä käytössä olevia sisältöjä, kuten kuvia, grafiikkaa, videoita tai taulukoita, koota kokonaisuuksiksi eri tavalla kuin aiemmin (Natunen 2007, 11). Verkkojulkaisut ovat perinteiseen sanomalehteen verrattuna nopeita, ja niitä voi päivittää koko ajan. Verkossa deadlinea ei ole, vaan materiaalia julkaistaan, kun se on valmista. (Natunen 2007, 11.) Aikataulun lisäksi toimittajien työmäärää verkkojournalismin lisääntyessä kasvattaa se, että toimittajat joutuvat nyt hallitsemaan useamman välineen, kun verkkoon tuotetaan

monimediaisia sisältöjä. Voi jopa käydä niin, että toimittajan työnkuva ei enää tulevaisuudessa ole välinesidonnainen (Rajala 2011, 29.), ja että toimittaja tuottaa samanaikaisesti sisältöä useaan eri välineeseen (Akkanen 2001, 11).

Toinen verkkolehtien tuoma muutos toimitustyöhön on ollut kasvanut vuorovaikutus toimituksen ulkopuolelle. Tiedon lähettäjän ja vastaanottajan välinen kuilu hälvenee siten, että lukijoista tulee sisällöntuottajia. He voivat lähettää toimitukseen omia sisältöjään, kuten kuvia tai kommentteja, joita toimittajat koostavat edelleen jutuiksi. Lisäksi esimerkkinä vuorovaikutuksesta toimivat lehtien keskustelupalstat ja uutiskomentointi. (Natunen 2007, 11–13.) Yleisön osallistaminen ja sen tuottamat sisällöt eivät kuitenkaan ainakaan vielä ole osoittautuneet kultasuoneksi (Rajala 2011, 22).

## **2.8 Kansalaisjournalismi ja yleisön osallistaminen**

Verkkjournalismin ohella yleisöä lehdentekoon mukaan on ottanut niin kutsuttu kansalaisjournalismi. Sen ydinajatus on, että perinteinen journalismi on sysännyt kansalaiset sivustaseuraajan rooliin. Journalismiin on lisätty ajatus, jonka mukaan journalismin ei pitäisi vain raportoida ongelmia, vaan pyrkiä myös löytämään niihin ratkaisuja. Kokeiluja on ollut monenlaisia, mutta niissä yhdistyy ajatus saada juttuaiheita ja näkökulmia lehden lukijoilta. (Kunelius 2004, 197.)

Idea kansalaisjournalismista on kuitenkin peräisin jo viime vuosituhannelta. Heikki Heikkilä ja Risto Kunelius määrittelivät kansalaisjournalismia vuonna 1999 sanomalla, että journalismi ei ole pelkkä viestinviejä, vaan osaltaan vastuussa myös julkisen keskustelun tasosta ja journalismin on hyväksyttävä, että ihmisten omat kokemukset ovat tärkeä tapa tietää (Heikkilä & Kunelius 1999, 103.)

Yleisöä on aina pidetty arvossa sanomalehdissä, mutta nykyisin yleisösuhteen liittyä uudenlaisia elementtejä, jotka myös koetaan uusiksi haasteiksi toimitustyössä. Lukijasta on tullut toimittajalle läheisempi, tai ainakin tämä pääsee syvällisemmin mukaan journalismin tekoon. Toimittajat ovat kuitenkin perinteisesti tuntuneet vierastavan ajatusta esimerkiksi verkkokeskustelujen käymistä lukijoiden kanssa. Suhtautumisessa kanssakäymiseen lukijoiden kanssa on kui-

tenkin eroja. Yleispitävää selitystä siihen, miksi näin on, ei ole, vaan kyse on pikemminkin toimittajan iästä, asenteesta ja verkkotuntemuksesta yhdessä. (Heinonen 2008, 26–27.)

Erityisesti verkossa annetun lukijapalautteen seuraaminen näyttää myös tuoneen uusia käytäntöjä toimituksiin. Esimerkiksi verkkojuttujen kommentti- tai lukumääristä on saattanut tulla pikapalautteen muoto, jolla omaa työtä arvioidaan. Journalistisia päätöksiä ei silti pitäisi tehdä vain ja ainoastaan lukijapalautteen perusteella, koska hyvistä jutuista ei välttämättä saa lainkaan niin paljon palautetta kuin huonoista. Toistaiseksi yleisösuhteen hoitaminen tuntuukin aiheuttaneen toimituksessa ristiriitaisia reaktioita. Verkon arkipäiväistyminen ja sen käytön tottumuksen lisääminen on synnyttänyt ja synnyttää vielä varmasti lisää uusia käytäntöjä toimitusten yleisövuorovaikutukseen. (Sama, 28–29.)

Verkko on nykyisin yleisösuhteen luomisen keskiössä, mutta muitakin käytäntöjä on kehittynyt. Esimerkiksi erimuotoiset lukijoiden tapaamistilaisuudet, joissa toimitus on läsnä, ovat yleistyneet. Lisäksi paperilehtien yleisönosastot ovat saaneet lisää tilaa tai niiden ilmestymistiheyttä on lisätty. Lisäksi paperin ja verkon yhteispeli näkyy siten, että paperilehden mielipideosastolle on alettu nostaa pätkiä verkkokeskusteluista. Lisäksi lehdet ovat lanseeranneet erityisen lukija-orientoituneita liitteitä tai lisänneet lehden ulkopuolisten kirjoittajien määrää. Suomessa trendi näyttää olevan sellainen, että sanomalehtiin on tullut tai on suunnitteilla uusia toimituksellisia työnkuvia, jotka keskittyvät yleisön tuottamien sisältöjen käsittelyyn. (Sama 29–34.)

## **2.9 Lehtien omistuksen keskittyminen ja yhteistyö**

Suurin osa mediasta toimii markkinatalouden ehdoilla, ja yksi sen merkittävimmistä kehityssuunnista on omistuksen keskittyminen yhä harvemmillä yrityksillä. Selkeimmin keskittyminen on näkynyt Suomessa juuri sanomalehdistössä, jonka omistus viime vuosisadan parina viimeisenä vuosikymmenenä keskittyi muutamalle suurelle mediayritykselle. Kaksi suurinta mediataloa, eli Sanoma ja Al-

ma Media hallitsivat viime vuosikymmenen lopulla yli puolta 4–7-päiväisten sanomalehtien kokonaislevikistä. (Nieminen & Pantti 2009, 77–78.)

Suuren lehtiyhtiön kustannukset tuotettua sanomalehteä kohti ovat pienemmät kuin pienellä. Siksi se voi tarjota paksumpia lehtiä ja enemmän sisältöä sekä edullisempaa ilmoitustilaa. (sama, 78.) Journalismi toimii kaksilla markkinoilla. Ensimmäinen tuote on lehti, joka tuottaa rahaa, kun yleisö tilaa sitä. Toinen tuote on yleisö, joka tilaa lehteä. Tätä tuotetta puolestaan myydään mainostajille. (Kunelius 2004, 80.)

Joukkoviestinnän kaksien markkinoiden seuraukset ovat päällimmäinen syy nykyisiin omistusjärjestelyihin. Hyvän esimerkin viestintätalouden kehityksestä antaaakin suomalaisen maakuntalehdistön historia. Kun lehdistö syntyi 1800-luvun lopulla, lehdet olivat puoluesidonnaisia ja levittivät aatettaan koko maahan. Koska maan yhteydet olivat huonoja, lehdet olivat pitkälle alueellisia. (Sama, 84.)

Kaupallinen lehdistö syntyi vasta toisen maailmansodan jälkeen ja levikkikilpailun alueeksi vakiintui maakunta. Yksi, yleensä sitoutumattomaksi julistautunut, lehti onnistui hankkimaan sen verran paremman aseman markkinoilla, että se onnistui kasvattamaan tilausmääriään. Tämä paitsi kasvatti yleisöltä saatuja tuloja, myös teki siitä houkuttelevan mainostajien silmissä. Lisätulot sekä yleisöltä että mainostajilta mahdollistivat lehden sisällön parantamisen, jolloin syntyi nouseva levikkikierre: yksi lehti pääsi alueellisessa kilpailussa johtoon ja sen menestys alkoi näkyä muiden lehtien tappiona. Tällöin kilpailevat lehdet joutuvat laskevaan levikkikierteeseen. Ne eivät enää pysty vakavaan kilpailuun, joutuvat harventamaan ilmestymiskertoja ja alkavat kuihtua markkinoilta pois. (sama, 85.)

Ensimmäinen seuraus taloudellisen menestyksen kierteestä on lehtien lukumäärän väheneminen. Vuonna 1950 Suomessa oli 19 kaupunkia, joissa ilmestyi vain yksi sanomalehti. Vuonna 1989 kaupungeja oli 51, ja vuonna 2001 Suomessa oli enää kuusi kaupunkia, joissa ilmestyi enemmän kuin yksi suomenkie-

linen sanomalehti. Suomessa onkin voitu 1970-luvulta lähtien puhua maakuntalehtien alueellisista monopoleista. (Sama, 85.)

Omistuksen keskittymisen lisäksi sanomalehdet tekevät yhä enemmän yhteistyötä keskenään ja tuottavat yhteistä sisältöä. Esimerkiksi viiden Väli-Suomen lehden yhteisen Sunnuntaisuomalainen-liitteen toimituksessa oli 1990-luvun lopulla kahdeksan toimittajaa, jotka työskentelivät eri paikkakunnilla (Raittila & Kupari 1999, 17). Usein eri lehdissä tuotettua sisältöä myös julkaistaan konsernin muissa lehdissä versioituna. Kolmea maakuntalehteä julkaisevassa Sanoma-lehtimediassa juttuvaihtoa ja uutisjuttujen versiointia on tehty 1990-luvulta asti. (sama, 20.)

Viimeisin esimerkki lehtiyhteistyön syventymisestä on parhaillaan perusteilla oleva Lännen media, joka on 12 sanomalehden omistukseen tuleva yhtiö. Yhteistyöhankkeessa ovat mukana Alma aluemedian lehdet, Kaleva, Turun Sanomat, Keskipohjanmaa sekä Ilkka ja Pohjalainen. Hankkeen toteutuessa Lännen media tuottaisi osakaslehdilleen yhteiset politiikan, talouden, yhteiskunnallisen uutisoinnin, ulkomaan uutiset, valtakunnallisia verkkouutisia sekä lukemistoja ja teema-aineistoja. Lännen median journalistit työskentelevät yhteistoimituksessa, mutta ovat sijoittuneet eri paikkakunnille ympäri Suomea. (Kaleva.fi, hakupäivä 16.4.2014.)

## **2.10 Lähtökohdat tutkimukselle**

Edellä esitettyjen esimerkkien valossa näyttää siltä, että toimituskulttuuri on muuttumassa. Se ei tosin ole mikään uutinen, sillä toimituskulttuuri ja toimitusorganisaatiot ovat muuttuneet koko sanomalehdistön olemassaolon ajan. Lehdistön historian ensimmäisen parinsadan vuoden aikana ne kehittyivät hitaasti yhden miehen paperiläpysköistä monisivuisiksi ja tiheään ilmestyviksi lehdiksi, joissa päätoimittajan suorina alaisina työskenteli toimittajia. Reilut sata vuotta sitten syntyivät ensimmäiset päätoimittajan ja toimittajien väliset päällikköpor-

taat ja viitisenkymmentä vuotta sitten niitä tuli lisää. Jossain vaiheessa, ilmeisesti jo 1980-luvulla, kuvioihin ilmestyi tekijä-tuottaja (Wallenius 2012, 25).

Tutkielmani lähtee ajatuksesta, jossa jokainen lehtijuttu nähdään omana projektina. Varsinaiset tuottajat, eli toimituksellisen työn esimiehet, ovat tässä tapauksessa projektipäälliköitä, mutta jokainen toimittaja on oman juttunsa projektipäällikkö. Tällä tavoin jokainen toimittaja siis on tavallaan tekijä-tuottaja.

Ajattelutapani pohjautuu omiin kokemuksiini maakuntalehdissä työskentelystä. Ensinnäkin juttu koostuu useista osista. Tekstin lisäksi se voi sisältää kuvaa, graafin, faktalaatikon tai kainalojutun. Toimituksissa, joissa olen työskennellyt, uutistuottajat ovat pääosin vastanneet jutun elementtien suunnittelusta, mutta toimittajalla on ollut siihen paljon sananvaltaa.

Toisekseen toimittaja pitää jutun avaimia käsissään. Hänen välittämästään tiedosta riippuu, miten kuvaaja jutun kuvittaa. Samoin hän on se henkilö, joka useimmiten päättää, mitä grafiikkaan tulee. Tämä johtuu siitä, että toimittaja on usein kaikkein vihkiytynein henkilö asiaan, jota juttu koskee. Näin hänen vastuulleen usein jää, että jutun eri osat täydentävät toisiaan.

Edellä olevat esimerkit sisältävät jo runsaasti luvun 2.3. taulukko 1:n sisältämiä tuottajille opetettavia taitoja. Ainakin vaatimus ryhmätyöskentelystä, kyky hahmottaa ja hallita kokonaisuuksia sekä suunnittelun merkitys ovat helposti tunnistettavissa.

Myös verkon kasvanut merkitys on tuonut oman kokemukseni mukaan uusia ulottuvuuksia työhön. Toimittaja joutuu joskus versioimaan juttunsa kahteen eri julkaisukanavaan ja miettimään, miten ne parhaiten toimivat kummassakin. Verkkotoimittajan tehtävissä puolestaan mukaan kuvaan astuu kommunikoiminen lukijoiden ja sidosryhmien kanssa. Esitänkin valistuneen arvauksen, että toimituksen eri osastoilla työskenteleminen kysyy erilaisia ja eri määrän tuottajan ominaisuuksia.

## 3 AINEISTO JA MENETELMÄT

### 3.1 Tutkimuksen eteneminen

Toteutin opinnäytetyönäni kyselytutkimuksen, johon haastateltiin kuuden eri maakuntalehden uutis- tai toimituspäällikköä. Haastateltavan valinta riippui siitä, millainen lehtiorganisaatio oli kyseessä. Ensisijaisesti valinta kohdistui toimituspäällikköihin, mutta kaikissa lehdissä sellaista vakanssia ei ole. Yleensä toimituspäällikön tehtäviä hoitaa tällöin uutispäällikkö.

Valitsin haastattelumenetelmäksi puolistrukturoidun haastattelun. Siinä suurin osa kysymyksistä on strukturoituja, eli erittäin tarkasti etukäteen rakennettuja kysymyksiä. Siinä voi kuitenkin olla mukana myös kokonaan avoimia kysymyksiä tai lisäkysymyksiä. (Tilastokeskus, hakupäivä 16.4.2014.)

Koin valitsemani tutkimustavan olevan sopivin tapa tutkimuksen tekoon useammastakin syystä. Toteutin edellisen opinnäytetyöni sähköpostitse lähetettynä kyselykaavakkeena, enkä uskonut saman tavan sopivan tähän tutkimukseen. Vastausprosentti jäi tuolloin alhaiseksi, eikä saatu tietoa kovin yksityiskohtaista. Koen myös, että puolistrukturoitu haastattelu antaa enemmän joustoa kuin strukturoitu haastattelu. Kaikki toimitukset ja niiden toimintatavat ovat erilaisia, ja koin, että lehtien prosesseihin sisälle pääseminen vaatii hieman liikkumavaraa kysymyksissä.

Kysymyspatterissa oli 18 yksiosaista kysymystä, jotka liittyivät lehden toimintaan, prosesseihin ja päivittäiseen työhön. 19. kysymyksessä puolestaan mitattiin, miten tärkeinä haastateltavat mitäkin tuottajan taitoa pitivät. Alakysymyksiä oli 16, ja vastaukset annettiin asteikolla 0–5 (ei lainkaan tärkeää – erittäin tärkeää). Tähän kysymykseen vastattiin lisäksi erikseen osastoittain niin, että jokainen kysymys esitettiin osastokohtaisesti. Lisäksi haastateltavat saivat kommentoida valintojaan.

Varsinaisten kysymysten tehtävänä oli saada tietoa sanomalehden prosesseista ja auttaa minua tunnistamaan tuottajan taitojen tarpeellisuus niistä. Viimeisessä kysymyksessä puolestaan heitin pallon haastateltaville. Uutis- ja toimituspäälliköt ovat yleensä sanomalehdissä ne henkilöt, jotka vastaavat toimittajien palkkaamisesta, ja halusin tietää, millaisia ominaisuuksia he arvostavat toimittajissa. He saivat myös kommentoida valintojaan vapaasti, sillä taidot, joiden osaamista halusin mitata, olivat hyvin yleisellä tasolla esitettyjä. Päädyin esittämään ne yleisellä tasolla, sillä toivoin, että haastateltavat kertoisivat myös miten taitoa tarvitaan sen lisäksi että arvottaisivat sen tärkeyden.

Tein haastattelut 18.3.–2.4.2014 kuudessa maakuntalehdessä. Kaikki haastattelut nauhoitettiin, ja niiden kesto vaihteli 38 minuutista 63 minuuttiin. Yhteensä haastatteluaineistoa kertyi 5 tuntia 23 minuuttia.

### **3.2 Lehtien valinta**

Koska edellinen opinnäytetyöni käsitteli tuottajan toimenkuvan syntyä seitsenpäiväisissä alueellisissa sanomalehdissä koin loogiseksi, että myös tähän tutkimukseen mukaan otettavat lehdet ovat suunnilleen seitsenpäiväisiä ja niiden levikkialue vastaa suunnilleen maakuntaa. Tällä kertaa vaatimuksena ei ollut se, että lehdessä oli työssä henkilöitä tuottajan tittelillä. Tärkeimmäksi kriteeriksi osoittautui lehtien omistus pohja, sillä tavoitteena ei esimerkiksi ollut ottaa mukaan montaa Alma Median tai Sanoman lehteä. Toinen tavoite oli saada mukaan laaja levikkiskaala lehtiä.

Haastateltavina tutkimuksessa ovat Kalevan toimituspäällikkö Pekka Vuollo, Ilkan ja Pohjalaisen toimituspäällikkö Teemu Lampinen, Turun Sanomien toimituspäällikkö Veikko Valtonen, Etelä-Saimaan toimituksen päällikkö Eeva Sederholm, Keskipohjanmaan uutispäällikkö Päivi Savela sekä Lapin Kansan uutispäällikkö Pekka Mauno. Haastatteluun kysyttiin alun perin henkilöitä seitsemästä sanomalehdestä, mutta yksi heistä kieltäytyi. Koska Ilkan ja Pohjalaisen toimitukset ovat yhteiset, on tutkimuksessa periaatteessa mukana seitsemän lehteä, mutta kuusi toimitusta. Haastateltavien vastauksia ei ole yksilöity tässä tut-



kielmassa henkilö- eikä lehtikohtaisesti, vaan he esiintyvät tulososiossa anonyymeinä.

Lehdistä Kaleva, Keskipohjanmaa ja Turun Sanomat ovat konserniensa ainoita maakuntalehtiä. Ilkka ja Pohjalainen kuuluvat Ilkka-yhtymään, ja niillä on yhteinen toimitus. Lapin Kansa puolestaan on osa Alma Aluemediää. Etelä-Saimaa on osa Sanoma Lehtimediaa, joka vielä haastattelun tekohetkellä kuului Sanomaan. Ennen opinnäytetyön valmistumista Länsi Savo -konserni kuitenkin osti enemmistön Sanoma Lehtimediasta (Etelä-Saimaa, hakupäivä 16.4.2014).

Kaikki lehdet ovat maakuntansa ykköslehtiä ja ainoita maakuntansa alueella ilmestyviä seitsenpäiväisiä sanomalehtiä. Turun sanomien levikki oli vuoden 2013 levikkitilaston mukaan 94185, Kalevan 69540, Lapin Kansan 28735, Etelä-Saimaan 25284 ja Keski-Pohjanmaan 23598. Ilkan ja Pohjalaisen yhteenlaskettu levikki oli 71218 (Pohjalainen 22355 ja Ilkka 48863). (Levikkitilasto, hakupäivä 16.4.2014.)

Aloitin tutkielman tekemisen jo keväällä 2013 ja tein rajauksen ja lehtivalinnat jo tuolloin. Lännen Median aiesopimus allekirjoitettiin helmikuussa 2014 (Kaleva.fi, hakupäivä 16.4.2014), mutta en kokenut sen vaikuttavan vielä tutkimuksen tekoaiheessa niin paljon lehtien arkeen, että haastateltavien valintaa olisi pitänyt muuttaa. Näin ollen Etelä-Saimaa on ainut mukana olleista lehdistä joka ei kuulu Lännen median osakkaisiin.

## 4 TULOKSET

### 4.1 Lehden suunnittelu ja ideointi

Kaikissa tutkimuksen kohteena olleissa lehdissä varsinaisen lehden suunnittelun hoitaa uutistuottaja tai -päällikkö. Hänen vastuullaan on paitsi juttujen ideointi, myös sen päättäminen, mitkä juttuideat milloinkin toteutetaan, miten laajasti ja millä paikoilla lehdessä ne ovat. Kaikista haastatteluista kävi myös ilmi, että lehdet ovat siirtyneet kohti suunnittelevaa työtapaa, sillä seuraavan päivän lehden runko on suunniteltu jo aamupalaverin alkaessa.

Toimittajat tulevat yleensä suunnitteluun mukaan aamupalaverissa, jossa jaetaan seuraavan päivän työt. Jos mahdollista, seuraavan päivän keikkoja on jaettu jo edellisenä päivänä, jolloin toimittajan suunnittelutyö alkaa. Yksi haastattelusta muotoili asian niin, että tuottajien vastuulla on lehden rakenteellinen suunnittelu, toimittajien vastuulla puolestaan lehden sisällöllinen suunnittelu.

Viidessä kuudesta haastattelusta mainittiin, että osa suunnittelusta, erityisesti juttuaiheiden ideointi, tapahtuu uutispäällikön tai -tuottajan vetämissä aamupalaverissa. Päällikkö tuo aamupalaveriin lehden rungon, ja palaverissa keskustellaan sisällöstä ja näkökulmista. Sisältöjä ja näkökulmia suunnitellaan myös esimiesten ja toimittajien kahdenvälisissä keskusteluissa.

Kahdessa lehdessä juttuideoita suunnitellaan ja kehitetään lisäksi epäsäännöllisissä ideapalaverissa. Toisessa lehdessä palaverit pidetään parin päivän välein, toisessa parin viikon välein. Kaikki haastateltavat kokivat, että toimittajan tärkein panos lehden etukäteissuunnitteluun on juttuaiheiden ideointi.

Valmiiksi jutuiksi jalostuu useita eri reittiä pitkin tulevia juttuideoita. Pääasiallinen ideointivastuu on uutispäälliköllä tai -tuottajalla, joka paitsi suunnittelee lehden, myös useimmiten hallinnoi toimitukseen tulevaa tiedote- ja uutisvirtaa. Osastojen esimiehet puolestaan kantavat päävastuun omien osastojensa jutuista.

Neljästä haastattelusta käy selkeästi ilmi, että ideointi toimituksissa on pitkälle päällikköiden vastuulla. Näistä neljästä haastateltavasta kolme puolestaan kantoi huolta siitä, että suunnittelevaan työtapaan siirtyminen on vähentänyt toimittajien omaa ideointia. Neljä haastateltavaa ilmaisikin toiveen, että toimittajat ottaisivat aktiivisempaa roolia juttujen ideoinnissa ja uskaltaisivat myös tuoda ideoita esimiesten tietoon. Yksi haastateltava kertoi, että lehdessä on vallalla ilmiö, jossa toimittajat kokevat, että eivät voi vaikuttaa lehden sisältöön ja juttuihin ja tuottajat puolestaan kokevat, että ideointivastuu on liiaksi heidän harteillaan. Viime kädessä uutistuottaja tai -päällikkö on se henkilö, joka lopulta päättää, mitkä ideat jalostetaan jutuiksi.

Käytännössä toimittajilla on kaksi vaihtoehtoa juttuideoidensa esiin tuomiseen. He voivat puhua niistä suullisesti palaverissa tai esimiehen kanssa tai merkata ne työjärjestelmään. Haastatteluista käy ilmi, että juttujen ideointi on pitkä prosessi eikä rajoitu idean keksimiseen. Osa ideointiprosessia on myös aiheen jalostaminen ja näkökulman rajaaminen. Yleensä idean esittämisen jälkeen ideointi jatkuu toimittajan ja esimiehen yhteistyönä. Mukana ideoinnissa voi tämän jälkeen olla myös kuvaosasto tai graafikko.

Kaksi haastateltavaa mainitsi myös lukijat juttujen ideoijina. Heidän mukaansa vinkkejä tulee tasaisesti sekä esimiehille että toimittajille. Juttuideoita tulee sekä sähköisessä muodossa, sähköpostitse ja verkon palautelomakkeella, että puhe-  
limitse.

Osaksi lehden suunnittelua kuuluu myös jutun elementtien suunnittelu. Viidessä lehdessä käytössä olivat taittomallit tai juttupohjat, joiden perusteella määräytyy, mitä elementtejä juttuun tekstin ohella tulee. Taittomallin valitsemiskäytännöt vaihtelevat: osassa lehdistä se valitaan esimiesvetoisesti, osassa lehdistä valinnan voivat tehdä toimittaja ja kuvaaja. Yhdessä lehdessä juttuun tulevat elementit valitsee esimies.

Vaikka taittomallit tai juttupohjat lähtökohtaisesti määrittävät käytettävät elementit, syntyy lopullinen päätös niistä usein esimiesten ja toimittajien yhteisen kes-

kustelun pohjalta. Jutun aihe ja käsittelytapa määräävät hyvin pitkälle sen, millaisia elementtejä siinä edes voi käyttää. Elementtien käyttö voi myös jalostua juttuprosessin aikana niin, että ennakkoon tehdystä suunnitelmasta poiketaan, kun jutun edetessä keksitään toimivampi kokonaisuus.

Kuudesta toimituksesta kolmessa on käytössä ennakkoiva taitto. Muissa lehdissä toimittajat kirjoittavat juttupituuksien mukaan, ja sivut taitetaan käsiin. Nämäkin lehdet kuitenkin pitkälti toteuttavat jutut niin, että niille valitaan valmiiksi suunniteltu malli.

#### **4.2 Lehden työnjako ja aikataulutus**

Lehden päivittäisestä työnjaosta vastaa kaikissa haastattelun kohteina olleissa lehdissä uutispäällikkö tai -tuottaja. Jos mahdollista, jutut pyritään saamaan työn alle jo edellisenä päivänä ennen deadlinea. Loput jutut jaetaan toimittajille aamupalaverissa.

Aamupalaverikäytännöt vaihtelevat hieman lehdittäin. Kahdessa lehdessä jutuille etsitään tekijät keskustelemalla. Kolmessa puuttuvat tekijät kaivetaan esille esimiesten ja toimittajien välisellä keskustelulla. Kahdessa lehdessä esimies puolestaan antaa vapaat aiheet parhaaksi katsomilleen toimittajille jo ennen palaverin alkua. Yhdessä lehdessä puolestaan vapaat jutut jaetaan palaverissa sille, joka ensin ne ottaa. Haastateltava kertoo, että käytännön optimaalisuutta on mietitty. Toisaalta toimittaja saa näin vaikuttaa hyvin paljon siihen mistä kirjoittaa, mutta näin juttuun ei välttämättä tartu se toimittaja, jonka osaamisaluetta se edustaa. Yhdessä lehdessä oli lisäksi jaettu kaikille toimittajille omat seuranta-aiheet, ja jutun tullessa näiltä aihealueilta se annettiin aihetta seuranneelle toimittajalle.

Kaikilla haastateltavilla oli se kuva, että toimittajat saavat vaikuttaa suhteellisen paljon aiheisiin, joista kirjoittavat. Toinen toistuva kommentti oli se, että toimittajat pääsevät toteuttamaan omia juttuideoitaan. Jos ideoita on paljon, omaan

työhönkin voi vaikuttaa paljon. Lisäksi haastateltavat kertoivat, että valinnanvapaus juttuaiheissa oikeastaan koskee vain aamuvuoroon tulevia toimittajia. Ilta- ja viikonloppuvuorojen tekijät saavat töihin tullessaan suhteellisen selvät askelmerkit päivän kulusta.

Toimittajien valinnanvapautta kaventavat lähinnä suuret uutistapahtumat. Jos kesken päivän tulee tilanteita, joihin on pakko irrottaa toimittaja, esimies saattaa vaihtaa alaisensa työn alla olevan aiheen keskellä päivää. Kolme haastateltavaa kertoi myös, että silloin tällöin tulee juttuaiheita, jotka ovat niin epäsuosittuja, että niille lopulta joudutaan määräämään tekijä.

Yksi haastateltavista vertasi toimittajan valinnanvapautta kymmenen vuoden takaiseen tilanteeseen. Hänen mukaansa se on vähentynyt.

Kyllä silloin kultaisina vuosina toimittajat saivat tehdä vähän mitä halusivat. Sitten mentiin päiväksi omaan kammioon kirjoittamaan ja sitten sieltä pulahti ulos joku juttu, jos pulahti.

Juttukeikkojen sopiminen on pääsääntöisesti toimittajan vastuulla, ellei kyse ole infotilaisuudesta tai muusta tapahtumasta, jolla on erikseen määrätty aikataulu. Tällöin toimitaan sen aikataulun mukaisesti. Yksi haastateltavista kertoi, että heidän lehdessään uutispäällikkö valmistelee keikat mahdollisimman pitkälle, mikä saattaa myös sisältää haastattelun sopimisen, jos keikka on etukäteen tiedossa.

Kuvaajien aikatauluttamisessa käytännöt lehtien välillä ovat kirjavampia. Yhdessä lehdessä kuvauskeikkojen aikataulutusta käydään läpi jo aamupalaverissa. Yhdessä lehdessä kuvauskeikat aikatauluttaa toimituspäällikkö yhdessä kuvapäällikön kanssa. Samalla toimituspäällikkö ohjeistaa toimittajia, sovitaanko keikka aamu- vai iltapäiväksi. Yhdessä lehdessä vastuussa on uutispäällikkö, kahdessa lehdessä kuvapäällikön roolissa toimiva henkilö ja yhdessä lehdessä toimittajat varaavat kuvaajan työjärjestelmästä ja kuvaajat valitsevat itse keikkansa. Tässä lehdessä esimiehet tulevat mukaan kuvausten aikataulutukseen vasta, jos kuvaajaa ei muuten saada oikeaan aikaan paikalle.

### 4.3 Toimituksen ulkopuolisten avustajien käyttö ja raha-asiat

Kaikki haastattelussa mukana olleet lehdet käyttävät toimituksen ulkopuolisia avustajia journalistisissa sisällöissä. Neljä haastateltavaa ei ottanut kantaa siihen, miten laajamittaista käyttö on. Yksi arvioi heitä käytettävän aika vähän, yksi puolestaan paljon. Yksi haastattelun kohteina olleista lehdistä oli järjestänyt alueuutisointinsa niin, että varsinaista aluetoimitusta ei ole, vaan paikkakunnilla on avustajat, jotka ideoivat jutut itse ja joilta uutispäällikkö tilaa jutut.

Avustajilta tilataan juttuja urheilun, kulttuurin, teema-aineistojen ja liitteiden tarpeisiin. Vain yksi haastateltava kertoi, että freelancereita käytetään myös uutispuolella.

Pääsääntöisesti juttutilaukset ja tilausten käytännön asioiden sopimiset hoitaa uutispäällikkö, toimituspäällikkö tai kustakin osastosta vastuussa oleva tuottaja. Urheilu- ja kulttuuritoimitukset muodostavat tässä suhteessa poikkeuksen. Yhden lehden urheilutoimituksessa ei ole lähiesimiestä ollenkaan, jolloin yhteydet freelancereihin hoitavat urheilutoimittajat. Toisessa lehdessä puolestaan tilaukset hoitaa urheilun esimies ollessaan vuorossa, mutta iltaisin ja viikonloppuisin ne ovat osaston toimittajien vastuulla. Kahdessa lehdessä kulttuuritoimitus on järjestetty tekijä-tuottajamallilla, jossa osaston vastaava toimittaja tekee esimiesvastuunsa lisäksi itse juttuja. Tällöin juttujen tilaaja on hän.

Kaikissa lehdissä vastuu budjetin teosta ja myös viime kädessä siinä pysymisestä on päätoimittajilla ja toimituspäälliköillä. Neljä haastateltavaa kertoi, että heidän lehdessään budjettivastuuta on jaettu osin myös osastojen esimiehille siten, että esimiesten vastuulla on tarkkailla oman osaston rahankäyttöä ja budjetissa pysymistä. Rivitoimittajalla ei tätä vastuuta ole, ellei kyseessä ole osastosta vastaava tekijä-tuottaja. Tällöin hän myös omalta osaltaan valvoo budjetin pitävyyttä, mutta ei ole siitä suoranaisesti vastuussa.

#### **4.4 Ilmoitusmyynti ja markkinointi**

Yhdessäkään haastatteluun osallistuneen lehden toimituksessa ei työskennellyt henkilöitä, joiden vastuulla olisi lehden ilmoitusmyynti. Yksi haastatelluista mainitsi, että lehdessä on vedetty hyvin tarkka raja sen suhteen, että mediamyynti ja toimitus pidetään erillään. Kaksi haastateltavaa mainitsi, että toimitus ja ilmoitusmyynti kytkeytyvät yhteen siten, että ilmoitusten määrä vaikuttaa lehden kokoon. Kummassakin tapauksessa päätökset lehden sivumäärästä tekee kuitenkin esimiestehtävissä oleva henkilö, ei toimittaja.

Yhdessäkään haastattelun kohteina olleista lehdistä ei myöskään työskentele toimittajia, joiden työnkuvaan olisi kirjattu lehden markkinointiin liittyviä tehtäviä. Toimittajat kuitenkin osallistuvat siihen kaikissa lehdissä osana tapahtumia. He toimivat ikään kuin mannekiineina, antavat uutistyoille ja lehdelle kasvot ja jalkautuvat lukijoiden pariin keskustelemaan lehdestä sekä ottamaan vastaan jutuvinkkejä.

Lisäksi lehdet myös järjestävät itse tapahtumia, joissa toimittajat pääsevät ottamaan tällaisen roolin. Näiden tapahtumien määrä vuosittain vaihtelee lehdestä riippuen muutamista kymmeneen. Yksi haastateltava mainitsi, että lehdessä on keskusteltu siitä, pitäisikö tapahtumia olla enemmän. Haastateltavat kertoivat myös, että toimittajien osallistuminen tapahtumiin on vapaaehtoista ja paljon toimittajan aktiivisuudesta riippuvaista.

#### **4.5 Sosiaalisen median käyttö**

Kaikilla haastatteluissa mukana olleilla lehdillä on tilit Facebookissa ja Twitterissä. Tilien hallinnointi on pääosin päälliköiden vastuulla, ja sisällöntuotantoa tileille hoitaa verkkotoimitus. Verkkotoimituksen rooli sosiaalisen median käytössä on selkein. Sosiaalisessa mediassa toimiminen on haastateltavien mukaan olennainen osa verkkotoimittajan työtä.

Muilta osin sosiaalinen media on haastattelijan perusteella hyvin paljon toimittajien oman aktiivisuuden varassa. Haastateltavat kertovat, että sitä kyllä käy-

tään, mutta riippuu hyvin paljon toimittajasta, miten paljon. Kaikki kertovat, että toimituksessa on sekä toimittajia, jotka käyttävät sitä paljon että toimittajia, jotka eivät käytä sitä juuri lainkaan. Yksi haastateltavista kertoo, että hänen näkemysensä mukaan sosiaalinen media on kiinteä osa nuorten toimittajien työtä.

Sosiaalista mediaa käytetään paitsi tapahtumien seuraamiseen, myös lehden tuotannon jakamiseen ja haastateltavien etsimiseen. Lisäksi haastateltavat kertovat, että Twitteriä on käytetty esimerkiksi live-seurantojen tekemiseen. Kysymyksissä ei erikseen kysytty, onko toimittajille järjestetty sosiaalisen median koulutusta. Yksi vastaajista kuitenkin mainitsi, että sellaista ei ole järjestetty. Toinen vastaaja puolestaan kertoo, että koulutusta on järjestetty, mutta talo ei ole kirjoittanut virallisia sosiaalisessa mediassa toimimisen ohjeita, vaan toimittajia on ohjeistettu käyttämään maalaisjärkeä.

#### **4.6 Printti- ja verkkolehden suhde**

Kaikki haastatteluun osallistuneet toimitukset tuottivat sisältöä sekä paperilehteen että verkkolehteen. Verkkotoimitukset on kuitenkin organisoitu hyvin eri lailla. Kahdella lehdellä on oma verkkotoimitus, jossa työskentelee esimies ja verkkotoimittaja. Yhdellä lehdellä on yhteinen toimitus naapurimaakunnan lehden kanssa, ja tämä käsittää myös yhteisen verkkotoimituksen. Yhdessä lehdessä varsinaista verkkotoimitusta ei ole, mutta siellä yksi toimittaja tekee pelkästään verkkosisältöjä päivävuorossa. Yhdessä lehdessä työskentelee verkkotuottaja, joka tekee itse päivävuoron, ja muulloin sisältöä tuottavat vuorossa olevat toimittajat. Yhdessä lehdessä verkkotoimitusta ei ole lainkaan, vaan lehdessä on verkkopäällikkö ja uutistoimituksessa kiertävä verkkovuoro, joka alkaa aamuvuoroa aikaisemmin ja päättyy iltapäivällä. Lehdissä, joissa varsinaista verkkotoimitusta ei ole, on verkkosisältöjen tuottaminen iltaisin ja viikonloppuisin päälliköiden ja vuorossa olevan toimittajan vastuulla tämän muiden töiden ohella.

Kaikissa lehdissä verkkoon tehdään juttuja samoista aiheista kuin printtiinkin. Verkkolehden jutut ovat printtilehden juttuja lyhennettyinä, tai sitten ne on kirjoi-



tettu eri kärjellä. Yleensä ne myös sisältävät viittauksen seuraavan päivän lehteen. Tavoitteena ja yleisenä toimintaohjeena on, että juttukeikalla käynyt toimittaja tekee sähköisen verkkoon printtijutun ohella. Muissa tapauksissa verkkotoimittaja voi poimia lehdessä olevia tai lehteen menossa olevia juttuja ja kirjoittaa niistä sähköisiä. Sanomalehtien verkkopäälliköt ja uutistuottajat tai -päälliköt ovat yleensä ne, jotka luovat sisällön jaon laajemmat linjat. Haastatteluista käy kuitenkin ilmi, että verkkotoimittajan työ on suhteellisen itsenäistä ja kulloinkin vuorossa oleva verkkotoimittaja voi tehdä myös itsenäisiä ratkaisuja liittyen julkaittavaan materiaaliin.

Verkkotoimituksen vastuulla lehdissä on pääsääntöisesti poliisi- ja onnettomuus-uutisointi, jonka se tekee sekä verkkoon että paperilehteen. Lisäksi verkkolehden toimittajat kirjoittavat lyhyitä sähköisiä tiedosta, joka on lukijoiden saatavilla muutamien kautta. He esimerkiksi tekevät uutisia tiedotteiden pohjalta tai muokkaavat STT:ltä tulevaa uutisointia.

Yksi haastateltava kertoi, että verkossa julkaistaan myös paljon sisältöä, joka ei koskaan mene paperilehteen missään muodossa. Hän mainitsi esimerkkinä koulujen ruokalistat, erilaiset markkinointiosaston julkaisemat kilpailut tai sivuille kootun reseptikirjan. Haastattelusta kävi ilmi, että tässä sisällössä kyse on pikemminkin verkkosivujen lukijaa palvelevasta sisällöstä kuin uutisaineistosta.

Lisäksi yksi haastateltava kertoi, että osana meneillään olevaa lehti-uudistusta verkon ja printin sisältöä halutaan yhä enemmän eriyttää. Tavoitteena on, että verkko kertoisi nopeasti uutiset ja seuraavan päivän lehti taustoittaisi ne. Syynä uudistukseen on saatu lukijapalaute. Palautteessa on noussut esiin se, että paperilehti ei enää anna lisäarvoa, kun siinä ilmestyvät jutut sisältävät tietoa, joka on jo julkaistu.

Yhdenkään haastatteluun osallistuneen lehden verkkosivulla ei haastatteluhetkellä ollut maksumuuria. Yksi lehdistä pyörittää pilottikokeiluna sivuillaan maksullista urheilusivustoa, jolla julkaistaan tarjontaa, jota ei ole printissä. Kokeilun

tavoitteena on selvittää, miten kannattaisi toimia, jos lehden verkkolehti jossain vaiheessa muuttuisi maksulliseksi.

#### **4.7 Juttuvaihto ja yhteistuotanto**

Kaikki haastatteluun osallistuneet lehdet jakavat tai tuottavat yhteistä sisältöä toisen lehden kanssa. Lehdistä viisi on mukana Lännen Media - aiesopimuksessa. Samat viisi lehteä ovat myös mukana Alma median yhteistuotannossa. Yhteistuotanto tuottaa lehdille valtakunnan uutisia. Osa lehdistä tekee niitä yhä edelleen itse, mutta haastatteluista käy ilmi, että yhteistyökuvion astuessa aiotusti voimaan jää toimitusten vastuulle tuottaa yhä vahvemmin paikallista sisältöä. Tämän lisäksi lehdet vaihtavat jo nyt runsaasti lukemisto-, viikonloppu, teema- ja feature-aineistoa keskenään.

Lisäksi yhdellä tutkimukseen osallistuneella lehdellä on kokonaan yhteinen toimitus toisen lehden kanssa. Kahdella lehdellä puolestaan on yhteinen paikallistoimitus, joka toimii samalla samaan konserniin kuuluvan paikallislehden toimintuksena. Näiden toimitusten toimittajat tuottavat sisältöä kumpaankin lehteen.

Haastatteluista käy ilmi, että juttuvaihtoa ja yhteistoimituskuvioita on ollut käytössä jo useiden vuosien ajan ja niihin on myös sovellettu hyvin erilaisia toteutus- ja lähestymistapoja. Kaikista haastatteluista käy myös ilmi, että juttuvaihdon koordinointi on tuottajien tai uutis- ja toimituspäälliköiden vastuulla, eikä siis siten näy tavallisten toimittajien työssä kovinkaan voimakkaasti. Haastatteluista löytyy tähän kaksi poikkeusta. Ensimmäinen on lehti, jossa työskentelee käsittelijä tai editoija. Mikäli juttua ei ole versioitu lehden tarpeisiin, on editoijan vastuulla muokata sitä. Haastateltavat olivat kuitenkin lähes yksimielisiä siitä, että yhteistuotannosta tulevia juttuja joudutaan käsittelemään lehden tarpeisiin harvoin.

Toisen poikkeuksen muodostavat tekijä-tuottajat. Aiemmista luvuista käy ilmi, että he ovat toimittajia, jotka vastaavat tietyistä kokonaisuuksista. Mikäli näihin

kokonaisuuksiin tulee juttuja toisesta lehdestä juttuvaihdon kautta, on silloin tekijä-tuottajan vastuulla editoida ne omaan lehteensä sopivaksi.

Haastattelujen pohjalta käy selväksi, että juttuvaihto ja yhteistuotanto ovat kaksi eri asiaa. Juttuvaihdossa sovitaan vaihdettavat jutut erikseen, ja kukin lehti käyttää niitä siinä määrin kuin ne sopivat lehden sisältöihin. Lehdet tekevät jutut ensisijaisesti omiin tarpeisiinsa miettimättä sitä, että lähtevätkö ne muualle. Yksi haastateltava nosti tässä kohtaa Journalistin ohjeiden kanssa esiin nousevan ristiriidan: jos toimittaja tekee juttua omaan lehteensä, hän ei voi välttämättä kertoa haastateltavalle, missä juttu julkaistaan, kun hän ei itsekään sitä tiedä. Journalistin ohjeissa kuitenkin mainitaan, että näin pitäisi tehdä.

Yhteistuotannossa puolestaan koko lähtökohta jutun teossa on se, että sen on sovittava useisiin eri julkaisuihin, jotka voivat maantieteellisesti olla kaukana toisistaan. Kaikki haastateltavat mainitsivat, että tällöin tärkeintä on kirjoittaa niin, että paikkakunta ei nouse keskeiseen rooliin jutussa. Osa yhteistuotannon jutuista kuitenkin toteutetaan yhden haastateltavan mukaan sillä kaavalla, että yhteistuotannosta tulee valmis paketti, johon lehdessä toteutetaan esimerkiksi kainalo paikallistukseksi.

Lehdet, joilla on yhteinen toimitus toisen saman alueen lehden kanssa, toimivat hieman eri tavalla kuin valtakunnalliset yhteistoimitukset. Yksi haastateltava kertoo, että juttuja ei versioida lainkaan. Toinen haastateltava kokee lukijan huijaamiseksi sen, että kärkeä ja otsikkoa vain hieman viilataan. Toinen haastateltava puolestaan kertoo, että jutuista saatetaan tehdä kaksi kokonaan erilaista versiota esimerkiksi siten, että eri lehdessä valitaan täysin erilainen käsittelytapa. Tämän lehden tapauksessa lukijoilta oli tullut aiemmin palautetta liian pinnallisesta versioinnista.

Kolmannessa tapauksessa yhteisessä, kahdessa kaupungissa sijaitsevassa toimituksessa tehdään kahden eri maakunnan lehdet. Jos juttu tehdään lehtien levikkialueiden yhteiseltä rajalta, ei versiointia välttämättä tarvita. Joissain tilanteissa kahdessa eri kaupungissa olevat toimittajat tekevät jutun yhdessä ja se

käytetään lehdissä eri kärjellä. On myös tilanteita, joissa yhdessä kaupungissa tehty juttu on pääjuttu ja toisessa tehty juttu on kainalojuttu. Toisessa lehdessä juttujen paikat ja pituudet ovat vaihtuneet päittäin. Ideaalitilanne on haastateltavan mukaan se, että toimittaja versioi juttunsa itse. Muulloin se jää toimituspäällikön tai käsittelijän vastuulle.

#### **4.8 Toimittaja kehitysprojekteissa**

Kolmella lehdistä on viimeisen vuoden aikana ollut jokin suuri ulkoasuun tai sisältöön liittyvä kehityshanke. Kahdella lehdistä sellainen on alkamassa vielä tämän vuoden puolella ja yhdessä lehdistä uudistukset ovat pienimuotoisia. Kaikella suurempia lehti uudistuksia toteuttaneilla tai toteuttavilla lehdillä oli myös pienempiä kehittämishankkeita vireillä koko ajan.

Neljä viidestä suuresta uudistushankkeesta kertoneesta haastateltavasta piti toimittajan roolia uudistuksissa keskeisenä. Yksi mainitsi toimittajien olleen mukana uudistusprojektissa, mutta suurimman vastuun olleen ulkoasupäälliköillä sekä silloisilla toimituksen päälliköillä. Hän kuitenkin mainitsi, että ei osaa vastata kovin hyvin projektin työtapoihin, sillä ei ollut uudistuksen aikana töissä.

Neljä haastateltavaa piti toimittajien osallistamista kehitysprojekteihin tärkeänä. Yksi haastateltavista perusteli osallistamisen sillä, että toimittajat ovat sisällöntuotannon parhaita asiantuntijoita. Kaksi haastateltavista puolestaan mainitsi, että osallistaminen on tärkeää, jotta kaikki olisivat sitoutuneita uudistuksiin. Yksi haastateltava sanoi lisäksi, että lehden edellisessä kehitysprojektissa osallistaminen ei toiminut tarpeeksi hyvin johtuen siitä, että uudistus toteutettiin useassa lehdessä samanaikaisesti. Viimeisimmässä projektissa osallistamisessa oltiin kuitenkin hänen mukaansa onnistuttu.

Toimittajien osalta projektit etenevät lehdissä pääsääntöisesti niin, että projekti alkaa kaikille yhteisellä aloitustilaisuudella. Tämän jälkeen uudistusta suunnittelemaan perustetaan työryhmiä, jotka vievät sen osa-alueita eteenpäin. Työryhmien työ esitellään ja tuodaan muun toimituksen kommentoitavaksi projektin

edetessä, jotta kukin saa sanoa sanottavansa kehitykseen. Näin siis yksillä toimittajilla on aktiivisempi rooli uudistuksissa kuin toisilla, mutta ideaalitalanteessa kaikki pääsevät ottamaan uudistukseen kantaa

#### 4.9 Tuottajan ominaisuuksien arviointi

Viimeisessä kysymyksessä pyysin toimitus- ja uutispäälliköitä asettumaan tilanteeseen, jossa he ovat palkkaamassa uutta toimittajaa jollekin toimituksen osastoista. Pyysin heitä pisteyttämään luvussa 2.3 käsitellyt tuottajan taidot sen mukaan, miten tärkeitä he niitä pitivät. Asteikko oli nolasta viiteen, ja viisi oli erityäin tärkeä, nolla ei lainkaan tärkeä. Pyysin haastateltavia arvottamaan taidot jokaisen toimituksen osaston osalta, sillä toivoin löytäväni niistä jotain ratkaisevia eroja.

Pidin taidot tietien tahtoen yleisellä tasolla ja lisäksi toivoin, että haastateltavat kommentoisivat vastauksiaan. Tämä johtui siitä, että sen lisäksi että toivoin heidän kertovan minulle, millaisena he näkevät kyseisen taidon sen lisäksi, että saisin selville sen, miten paljon he arvostavat kyseistä taitoa.

*Taulukko 2. Kysymyksessä 19 eriteltyjen tuottajan taitojen arvojen keskiarvo kaikkien haastatteluun osallistuneiden lehtien kaikilta toimituksen osastoilta. Taulukossa näkyvä keskiarvo on 36 osastolta lukuun ottamatta kokonaisuksien hallintaa, joka on 35 osastolta.*

Taito	Keskiarvo
Suunnittelutaito	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,5
Johtamistaito	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,86
Rahoituksen hankinta	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,44

Markkinointitaidot	1,81
Budjetoititaidot	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4,11
Tuotteistaminen	2,22
Tiedottaminen	2,61
Kyky koordinoita henkilöstöresursseja	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	4,39

Tärkeimmiksi ominaisuuksiksi osoittautuivat selkeästi Ideointi ja innovointi, Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen sekä versiointi eri kanaviin ja lehtiin. Haastateltavien kommentteissa ideointi painottui selkeästi uutis- ja juttuaiheiden keksimiseen ja kehittämiseen. Versiointi puolestaan painottui pääosin printtilehden ja verkon välille lukuun ottamatta yhtä toimitusta, joka tekee kahta lehteä. Siellä toimittajien tuli osata myös lehtien välinen versiointi.

Suunnittelutaitoa ja aikataulutusta pidettiin myös tärkeinä, joskin useampi haastateltava huomautti vastauksissa, että toimittajan tapauksessa vaatimus on kyetä suunnittelemaan ja aikatauluttamaan oma työnsä, ei niinkään muiden ihmisten työtä. Tästä osiosta vastuu on selkeästi tuottajilla.

Selvästi asteikon yläpäähän arvotettiin myös kokonaisuuksien hallinta ja kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja. Yksi haastateltavista painotti selkeästi vastauksissaan lehden prosessien kehittämistä, mutta muuten näiden kahden kysymyksen vastauksiin ei juuri annettu kommentteja.

Alemmalle keskitasolle arvotetut johtamistaito, neuvottelutaidot ja sopimusten solmiminen, tuotteistaminen sekä tiedottaminen puolestaan jakoivat vastaajien mielipiteitä. Johtamistaitoa ei koettu yleisesti ottaen kovin tärkeäksi. Yksi haastateltavista mainitsi, että kysymyksenasettelu viittaa siihen, että nyt kysytään taitoja, joita nuorelta toimittajalta vaaditaan, eikä silloin voida vielä odottaa johtamistaitoa. Toinen haastateltava puolestaan vaati jokaisen osaston kohdalla

korkeaa johtamistaitoa. Hän perusteli vaatimuksen sillä, että esimiestehtäviin on vaikea löytää sijaisia ja siksi he pyrkivät lähtökohtaisesti löytämään sellaisia työntekijöitä, joilla edellytykset ja halu siihen ovat olemassa.

Neuvottelutaidot ja sopimusten solmiminen, tuotteistaminen sekä tiedottaminen puolestaan olivat käsitteitä, jotka laajuudessaan jättivät paljon tulkinnanvaraa haastateltaville. Neuvottelutaidoista ja sopimusten solmimisesta neuvottelutaidot koettiin yleisesti tärkeämmiksi. Sopimusten solmiminen puolestaan oli merkittävää sellaisilla osastoilla, joilla toimittajat ovat yhteydessä avustajiin ja tilaavat heiltä materiaalia. Tiedottamisessa puolestaan olennaista oli se, ajatteliko haastateltava sen sisäisenä vai ulkoisena tiedottamisena. Ulkoista tiedotusvastuuta ei pidetty lainkaan tärkeänä, mutta toimituksen sisäinen tiedottaminen omasta työnteosta koettiin hyvinkin tärkeäksi.

Tuotteistamisessa näkökulmaerot syntyivät siitä, mitä haastateltavat ajattelivat tuotteistettavan. Osa haastateltavista koki, että lehden tuotteistaminen on markkinointiosaston tehtävä. Osa puolestaan koki, että toimittajan on hyvä osata rakentaa jutuistaan ja niihin liittyvistä elementeistä kokonaisuuksia, jotka kiinnostavat lehden lukijoita.

Kovin merkittäviksi ei koettu markkinointitaitoja, henkilöstöresurssien koordinoimista tai budjetointitaitoja. Vaatimus markkinointitaidoista korostui lähinnä verkossa, jossa jutuille tulisi saada lukijakuntaa, sekä aluetoimituksissa, joiden usein yksin työskentelevät toimittajat koettiin lehden edustajina pikkupaikkakunnilla. Henkilöstöresurssien koordinoimisessa vastaukseen vaikutti eniten osasto. Koordinoimista tarvittiin niillä osastoilla, joilla käytettiin avustajia. Lisäksi useampi kuin yksi haastateltava mainitsi, että toimittajien on kyettävä koordinoimaan omia resurssejaan. Budjetointitaitoja koskevissa vastauksissa ne korostuivat lähinnä osastoilla, joilla on tekijä-tuottaja. He harvoin ovat vastuussa budjetin laatimisesta tai sen pitämisestä, mutta joutuvat kuitenkin seuraamaan osastonsa rahankäyttöä.

Kaikkein vähiten arvotettiin rahoituksen hankintaa. Kaksi haastateltavaa mainitsi, että se halutaan pitää selkeästi erillään toimituksesta ja journalistisista sisällöistä. Yksi haastateltavista kuitenkin lisäsi, että toimittajan ja juttujen on oltava sellaisia, että lukija kiinnostuu lehdestä, mikä puolestaan vaikuttaa suoraan lehden rahoitukseen. Mitään kaavaa toimittajan työn ja lehden levikin välille hän ei kuitenkaan sanonut olevan olemassa.

*Taulukko 3. Tuottajan taitojen arvotukset uutistoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kuuden lehden uutistoimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonaiskeskiarvo
Suunnittelutaito	4	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,5	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	3,83	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,67	4,5
Johtamistaito	3	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,83	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2	2,44
Markkinointitaidot	1,55	1,81
Budjetointitaidot	0,67	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4,17	4,11
Tuotteistaminen	2,17	2,22
Tiedottaminen	2,17	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	1,33	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,67	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	4,67	4,39

Haastateltavat kommentoivat kaikkein innokkaimmin vastauksiaan uutistoimituksen osalta. Yksi syy tähän voi olla se, että uutistoimituksen kysymykset ky-



syttiin haastattelutilanteessa lähes poikkeuksetta ensimmäisenä ja tuottajan taidoista kummunneet ajatukset heräsivät siinä vaiheessa.

Suunnittelutaidon osalta arvot jäivät hieman kokonaiskeskiarvoa alemmaksi. Kolme haastateltavaa kommentoi tässä yhteydessä, että vastuu kokonaissuunnittelusta on uutistuottajalla tai -päälliköllä, mutta toimittajan on osattava suunnitella omaa työtänsä. Yksi haastateltavista kommentoikin näkevänsä suunnittelutaidon kykynä tuottaa sovitus- aikataulussa sovitut sisällöt.

Lehden ja sen prosessien kehittämistä kommentoi vain kaksi haastateltavaa. Toinen mainitsi, että prosessien kehittäminen on tärkeämpää. Toinen puolestaan mainitsi, että se asenne, että lehteä haluaa kehittää, on tärkeä.

Ryhmätyötaidot arvotettiin yleisesti ottaen korkeiksi niitä sen enempää yksilöimättä. Yksi haastateltava kuitenkin totesi, että nykytoimituksissa ryhmätyötaidot ovat ehdottoman tärkeitä, koska juttuja ei voi tehdä sillä tavalla, että esimerkiksi kuvaajan, graafikon tai päälliköiden kanssa ei kommunikoi.

Neuvottelutaitoa kommentoi uutistoimitusten osalta kolme haastateltavaa. Kaikki olivat sitä mieltä, että neuvottelutaidolla on merkitystä osana juttuprosessia, sillä sitä tarvitaan esimerkiksi haastattelujen sopimisessa. Yksi haastateltava totesi lisäksi, että haastattelujen ja kuvausten sopiminen on nykyään entistä vaikeampaa ja taidon merkitys korostuu siksi. Yksi haastateltavista totesi, että neuvottelutaitoa tarvitaan varmasti, mutta sopimuksia ei kyllä tarvitse solmia.

Tuotteistaminen käsitteenä tuntui olevan haastateltaville kaikkein vierain. Yksi haastateltava mainitsi, että se on markkinointiosaston tehtävä. Toinen puolestaan sanoi, että se voisi olla olennaisempaa verkkopuolella. Uutistoimittajan työssä sitä piti olennaisena vain yksi haastateltava.

Pidän sitä hirveän tärkeänä, mutta se ei tahdo oikein onnistua. Tuotteistaminenhan olisi juuri sitä, että osaisi paketoita sen jutun niin, että se toimisi hyvin lehdessä ja netissä ja sitä olisi kätevä jakaa Facebookissa ja Twitterissä ja että sillä pääsisi valtakunnallisestikin läpi.

*Taulukko 4. Tuottajan taitojen arvotukset kulttuuritoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kuuden lehden kulttuuri-toimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonais-keskiarvo
Suunnittelutaito	4	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,83	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,5	4,5
Johtamistaito	2,67	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,83	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,67	2,44
Markkinointitaidot	1,5	1,81
Budjetointitaidot	1,33	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4	4,11
Tuotteistaminen	2,33	2,22
Tiedottaminen	2,5	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	2,17	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,5	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	4,5	4,39

Kulttuurin osalta erikseen kommentoitiin vain kolmea eri yksittäistä taitoa. Yksi haastateltavista mainitsi, että budjetointitaitoa tarvitaan, jos jossain vaiheessa joutuu työskentelemään avustajien kanssa. Yksi haastateltavista mainitsi samasta syystä myös arvottavansa neuvottelutaidon ja sopimusten tekemisen korkealle. Henkilöstöressurssien koordinoinnista tuli yksi maininta. Haastateltava piti sitä tärkeänä siinä tapauksessa, että kulttuuritoimittajalle tarjoutuisi mahdollisuus tuurata esimiestään.

*Taulukko 5. Tuottajan taitojen arvotukset urheilutoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kuuden lehden urheilutoimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonaiskeskiarvo
Suunnittelutaito	4,5	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,5	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4,33	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,5	4,5
Johtamistaito	2,83	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,83	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	3,33	2,44
Markkinointitaidot	1,5	1,81
Budjetointitaidot	1,83	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4,17	4,11
Tuotteistaminen	2,33	2,22
Tiedottaminen	2,83	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	2,67	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,5	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	4,33	4,39

Haastateltavien kommentoissa korostui se, että urheilu toimii monessa talossa itsenäisenä toimituksen osastona. Tällä perusteltiin muun muassa suunnittelutaidon ja tiedottamisen merkitystä. Tiedottamista korostettiin sen vuoksi, että urheilutoimituksessa tehdään paljon töitä iltaisin. Kokonaisuusien hallinnan nosti esiin yksi vastaaja sillä perusteella, että osastolla on kokonaisvastuu urheilusivusta.

Budjetoinnin nosti esille kaksi ja neuvottelutaidot yksi vastaaja. Budjetointiosaamista perusteltiin toisessa vastauksessa sillä, että avustajien käyttöä jou-

tuu seuraamaan. Toisessa puolestaan perusteltiin sitä esimerkiksi arvokisareisuihin liittyen. Myös neuvottelutaitojen ja sopimusten merkitys korostui haastateltavan mukaan siksi, että urheilu käyttää eniten avustajia koko lehdessä.

Yksi haastateltavista mainitsi myös, ettei kokenut versiointia yhtä tärkeäksi kuin muilla toimituksen osastoilla. Hän perusteli tätä sillä, että eri maakunnissa kiinnostavat eri lajit ja maakuntien joukkueet kilpailevat keskenään. Tämän vuoksi jutut täytyy kirjoittaa maakunnan omasta näkökulmasta.

*Taulukko 6: Tuottajan taitojen arvotukset aluetoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kuuden lehden aluetoimitukset ja lisäksi kahden lehden yhteiset alueelliset yhteistoimitukset toisen lehden kanssa. Kokonaisuuksien hallinnan osalta aineisto on peräisin viidestä ledestä.*

Taito	Keskiarvo	Kokonaiskeskiarvo
Suunnittelutaito	4,57	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,43	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	2,86	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	3,86	4,5
Johtamistaito	2,43	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,86	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	1,71	2,44
Markkinointitaidot	2,14	1,81
Budjetointitaidot	0,57	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4,14	4,11
Tuotteistaminen	1,86	2,22
Tiedottaminen	3,43	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	1,29	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietä-	4,57	4,58

mys ja osaaminen		
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	4,14	4,39

Haastateltavat kommentoivat myös aluetoimituksia aktiivisesti. Markkinointi nähtiin aluetoimituksissa hieman keskiarvoa tärkeämpänä. Kaksi haastateltavaa kommentoi tähän, että aluetoimittaja on lehden edustaja kyseisellä paikkakunnalla. Lisäksi yksi haastateltava mainitsi, että aluetoimittaja saattaa ihan oikeasti tehdä markkinointiin liittyviä tehtäviä.

Suunnittelutaito, johtamistaito, kokonaisuuksien hallinta, tuotteistaminen ja henkilöstöressurssien koordinointi saivat yhden maininnan jokainen. Näissä haastateltavat kuitenkin tarkoittivat samaa asiaa, aluetoimittajan työn itsenäisyyttä. Aluetoimittajan on haastateltavien mukaan suunniteltava ja koordinoitava omaa työtään sekä mietittävä lukijoita kiinnostavia sisältöjä lehteen.

Lisäksi kaksi haastateltavaa mainitsi erikseen ryhmätyötaidot. Vaikka aluetoimitusten osalta ryhmätyötaitoja arvostettiin alle keskiarvon, koettiin silti, että modernilla aluetoimittajalla on niitä oltava. Toisaalta tämä korostui myös tiedottamisen vastauksissa. Yksi haastateltavista kommentoi tiedottamista sanomalla, että aluetoimittajan työ on kokenut melkoisen mullistuksen viimeisen vuosikymmenen aikana.

Jos se tiedottaminen niin kuin tarkoittaa sisäistä tiedottamista, niin aluetoimittaja, joka ei kerro aiheistaan ja sparraa tavallaan uutispäälliköiden kanssa, niin ei tänä päivänä täytä sitä tehtävää, mitä me itse ajatellaan. Että he ovat, vaikka ovat sijoitettuna tuonne... Siis minäpä kerron pitkän selityksen: Meillä ei ole aluetoimittajia, meillä on toimittajia, jotka on sijoitettu eri puolille levikki-alueita, jolla me halutaan kuvata sitä, että he on tiiviisti osa tätä meidän täällä olevaa toimitusta ja työskentelevät samojen pelisääntöjen mukaan, mutta ovat sen alueensa asiantuntijoita niin kuin meillä on sitten täällä toimituksessa kulttuurin asiantuntijoita tai matkailun tai kaivosten tai näin. Mutta että he eivät tavallaan ole sellaisia itsenäisiä oman alueensa aiheista päättäviä uutispäälliköitä, vaan he ovat uutispäälliköiden ohjauksessa ja yhteistyössä heidän kanssaan niin kuin täällä kaikki toimittajat. Siinä on aika iso muutos, että jos muistelen aikaa kymmenen vuotta sitten, niin silloin aluetoimittajat koki olevansa alueensa edustajia suhteessa täällä olevaan päätoimitukseen. Nyt me ollaan yhdessä, samaa toimitusta.

*Taulukko 7: Tuottajan taitojen arvotukset politiikan sekä talous- ja yhteiskunta-toimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kolmen lehden toimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonais-keskiarvo
Suunnittelutaito	3,67	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3,33	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4,33	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,67	4,5
Johtamistaito	3	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	5	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,33	2,44
Markkinointitaidot	1,67	1,81
Budjetointitaidot	2	1,19
Kyky laatia aikatauluja	3,67	4,11
Tuotteistaminen	1,67	2,22
Tiedottaminen	1	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	3	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,67	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	5	4,39

Talous- ja yhteiskuntatoimitusten sekä politiikan toimitusten osalta kaksi vastaajista kommentoi budjetoinnin arvotustaan. Toinen sanoi, että taitoa tarvitaan, koska toimittaja voi joutua olemaan tekemisissä avustajaostojen kanssa. Toinen puolestaan mainitsi, että taloustoimittaja kirjoittaa sellaisista aiheista, että ymmärrystä budjetointiin tarvitaan. Itse työssä ei kuitenkaan budjetteja tarvitse tehdä.

Lisäksi yksi vastaajista kommentoi keskiarvon vastaisesti, että suunnittelutaito on näillä osastoilla tärkeä, koska työ on itsenäisempää kuin esimerkiksi uutistoimituksessa. Toinen vastaaja puolestaan sanoi, että näillä osastoilla ryhmätyötaidon merkitys korostuu, sillä osasto tekee yhteistyötä uutistoimituksen kanssa päivittäisen lehden tekemisessä.

*Taulukko 8. Tuottajan taitojen arvotukset verkkotoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kolmen lehden verkkotoimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonaiskeskiarvo
Suunnittelutaito	3,67	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	4	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4,33	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	5	4,5
Johtamistaito	2,67	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	5	4,86
Rahoituksen hankinta	1	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,67	2,44
Markkinointitaidot	3	1,81
Budjetointitaidot	0,67	1,19
Kyky laatia aikatauluja	4	4,11
Tuotteistaminen	3	2,22
Tiedottaminen	2	2,61
Kyky koordinoida henkilöstöresursseja	2	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	5	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	5	4,39

Verkossa sekä markkinointitaidot, rahoituksen hankinta ja tuotteistaminen olivat jonkin verran keskiarvoa korkeampia. Kaikkien vastaajien kommentit liittyen näihin osaamisiin liittyivät verkon ansaintalogiikkaan. Yksi haastateltavista sa-

noi, että rahoituksen hankintaa toivotaan siksi, että verkosta toivotaan alan pe-  
lastajaa ja jokaisella tekijällä tulisi olla näkemystä ja intoa kehittää sitä. Haasta-  
teltava perusteli myös markkinointiosaamisen arvottamistaan samalla syyllä.  
Toinen markkinointia kommentoinut haastateltava sanoi, että se liittyy sosiaali-  
sen median hyödyntämiseen. Verkossa on oltava myyvä ja ymmärrettävä, mil-  
laiset asiat kiinnostavat ihmisiä. Sama haastateltava arvotti tuotteistamisen as-  
teikon yläpäähän.

Laitoin sen siksi tappiin, että siinä pitää kuitenkin oman sosiaalisen median ja  
verkon kanaville saada sitä yleisöä, se on tuotteistamista jos jokin. Toki se  
tapahtuu hyvillä jutuilla, mutta siinä on semmoisia tiettyjä lainalaisuuksia, jot-  
ka poikkeavat siitä, että lehti tulee joka aamu postiluukusta.

*Taulukko 9. Tuottajan taitojen arvotukset teematoimituksissa sekä arvotusten  
suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kahden lehden teematoi-  
mitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonais- keskiarvo
Suunnittelutaito	5	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,5	4,5
Johtamistaito	2,5	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,5	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,5	2,44
Markkinointitaidot	1,5	1,81
Budjetointitaidot	1	1,19
Kyky laatia aikatauluja	5	4,11
Tuotteistaminen	1,5	2,22
Tiedottaminen	3	2,61
Kyky koordinoita henkilöstöresursseja	1,5	1,92



Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,5	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	3,5	4,39

*Taulukko 10: Tuottajan taitojen arvotukset viikonvaihte- ja lukemistotoimituksissa sekä arvotusten suhde kokonaisarvotukseen. Taulukossa on mukana kahden lehden toimitukset.*

Taito	Keskiarvo	Kokonaiskeskiarvo
Suunnittelutaito	5	4,25
Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja	3	3,61
Kokonaisuuksien hallinta	4	3,97
Ryhmätyöskentelytaidot	4,5	4,5
Johtamistaito	2,5	2,69
Kyky ideoida ja innovoida	4,5	4,86
Rahoituksen hankinta	0	0,11
Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia	2,5	2,44
Markkinointitaidot	1,5	1,81
Budjetointitaidot	1	1,19
Kyky laatia aikatauluja	5	4,11
Tuotteistaminen	1,5	2,22
Tiedottaminen	3	2,61
Kyky koordinoita henkilöstöresursseja	1,5	1,92
Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen	4,5	4,58
Versiointi eri kanaviin ja lehtiin	3,5	4,39

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 5.1 Tarve johtuu muutoksesta

Tutkimuksissa tuli useaan otteeseen esille se, että toimittajan työ on muuttunut, jopa niinkin lyhyellä aikajänteellä kuin viimeisen kymmenen vuoden aikana, merkittävästi. Mutta jos kerran ideointi ja suunnittelu on yhä enemmän siirtynyt tuottajien vastuulle, miksi toimittajalta vaaditaan tuottajan ominaisuuksia?

Yksi syy lienee ennakoivaan taittoon siirtyminen. Periaatteessa järjestelmä toimii niin, että taitto-ohjelmassa piirretään jutun kaikille elementeille laatikko jo ennen jutun tekemistä. Tämän jälkeen juttu tehdään sille valmiiksi suunniteltuihin elementteihin, ja laatikon täyttämisestä vastuussa on toimittaja. Tämä on johtanut siihen, että toimittajan täytyy laatikko täyttääkseen hahmottaa kokonaisuus ja kommunikoida muun toimituksen kanssa. Lisäksi täytyy käyttää aikaa sen suunnitteluun ja ideointiin, miten muut laatikon osat tekstin ohella saisi täyteen niin, että kokonaisuus näyttää hyvältä. Jopa ne lehdet, jotka eivät käytä ennakoivaa taittoa, tekevät juttunsa valmiiseen malliin. Ennen toimittaja kirjoitti jutun, jonka aiheen oli usein itse ideoinut ja sen jälkeen lähti kotiin. Oli jonkun muun huoli organisaatiossa miettiä, miten juttu sopii lehteen.

Toinen syy lienee lehtitalojen toimitusten koon pieneneminen. Kun pienemmällä joukolla on tehtävä yhtä paksua lehteä, kasaantuu useampia erilaisia tehtäviä väkisinkin samojen ihmisten niskaan. Toisekseen tekniikka on kehittynyt ja mahdollistaa nykyisin esimerkiksi juuri ennakoivan taiton kaltaiset teknologiset ratkaisut. Tämä on puolestaan vähentänyt työvoiman tarvetta, mutta johtanut siitä, että jäljelle jäänyt väki joutuu tekemään yhä monipuolisempaa lehteä.

Kolmanneksi nostan viestintäteknologian kehittämisen. Tieto liikkuu maailman laidalta toiselle niin hurjaa vauhtia, että se on mahdollistanut lehdenteon muuttumisen suunnitelmalliseksi. Jaossa on niin paljon tietoa, että toimittajien ei tarvitse odotella, että jotain tapahtuisi. Etukäteen voidaan katsoa, mitä tapahtuu ja missä se tapahtuu ja näin lähettää toimittaja paikalle. Tämä on mahdollistanut

suunnitelmallisuuden kasvun, joka osaltaan on muuttanut tapaa tehdä lehteä. Tietenkään kaikkea ei voida suunnitella etukäteen, vaan uutisia putoaa vieläkin päivittäin syliin. Tämä lienee tärkein syy siihen, miksi juuri uutistoimitus on se osasto, jossa toimittajat kirjoittavat uutisia ja esimiehet pitävät prosessin käynnissä. Muualla työn suunnitelmallisuus on viety jo niin pitkälle, että työnjohdollisia tehtäviä voi suorittaa juttujen kirjoittamisen ohessa.

Yksi mahdollinen syy on myös yhteistyökuvioiden lisääntyminen. Kun sama juttu tehdään useassa eri lehdessä, ei jokaisessa lehdessä tarvita enää erikseen toimittajaa tekemään samaa juttua. Sen sijaan tarvitaan useampi tuottaja koordinoimaan juttuvaihtoa.

Edellä mainituista seikoista johtuen uskon, että tekijä-tuottaja-malli tulee edelleen yleistymään. Yllätyin tutkielmaa tehdessäni siitä, että joissain lehdissä kokonaiset toimitusten osastot pyörivät yhden toimittajan voimin. Tämä toimittaja sekä kirjoittaa että koordinoi materiaalihankintaa yhteistuotantokuvioista ja avustajilta. Kun sisältöä tuotetaan yhä enemmän yhdessä, tällaisten työntekijöiden tarve kasvaa.

## **5.2 Voiko rajanvetoa tehdä?**

Toimittaja tarvitsee työssään monenlaisia taitoja. Selkein toimittajan taito maakuntalehdessä lienee taito kirjoittaa, mutta sitä ei ole otettu tässä tutkimuksessa lainkaan huomioon. Syynä on se, että kirjoittaminen on niin tärkeä osa toimittajan työtä, että sen voi jo lähtökohtaisesti olettaa toimittajan, ei tuottajan ominaisuudeksi.

Jos saisin lisätä, että mikä se on se kriteeri, millä valitsen toimittajan, niin se on se kirjoittaminen. Se on se viis. Kaikki muut on sitten vähemmän tärkeitä, mutta niitäkin vaaditaan. Hyvä rekrytointi ei ole se, että mä kykenen ottamaan tänne töihin hyvän kirjoittajan, jos ne jutut ei ole semmoisia, joista on sovittu ja ne ei synny siinä aikataulussa, kun on sovittu. Se kirjoittaminen on tärkein, nämä muut on sille alisteisia, mutta kuitenkin tärkeitä.

Tässä tutkimuksessa lähdettiin etsimään toimittajan tarvitsemia tuottajan taitoja. Osa näistä taidoista saattaa olla ja onkin toimittajalle niin oleellisia, että ne voisi aivan yhtä hyvin määritellä kirjoittamisen tapaan toimittajan taidoiksi. Kuitenkin ne ovat myös tuottajan taitoja samaan aikaan. Tämän tutkimuksen ei ole tarkoitus määritellä sitä, mikä on täydellinen toimittaja tai tuottaja, vaan selvittää miltä osin toimittaja tarvitsee tuottajamaista osaamista pärjätäkseen työssään.

Tarvitseeko tuottajan ja toimittajan taitoja sitten erotella? Se riippuu siitä, keneltä kysytään. Sanomalehdelle voi riittää toimittaja, joka tekee sovitut asiat ja sellaista journalismia, jota lukijat haluavat lukea. Jos mietitään vaikka toimittajia kouluttavaa oppilaitosta, niin oikeiden taitojen löytäminen koulutukseen on ensiarvoisen tärkeää. Miten muuten talosta valmistuisi toimittajia, jotka täyttävät lehtitalojen vaatimukset?

### **5.3 Ongelmallinen tekijä-tuottaja**

Tässä tutkielmassa on monesti törmätty siihen, että tekijä-tuottaja tarvitsee enemmän ja erilaisimpia tuottajan taitoja kuin toimittaja. Tämän tutkielman tavoitteesta johtuen lienee paikallaan määritellä, onko tekijä-tuottaja toimittaja vai tuottaja. Aihetta valitessa nimittäin sanomalehdissä työskentelevät tuottajat rajattiin tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Tutkielman alussa mainitsin, että tuottaja tekee hyvin vähän, jos lainkaan, journalistista sisältöä ja keskittyy esimiestehtäviin ja prosessin vetämiseen. Tekijä-tuottajista kaikilla ei kuitenkaan ole alaisia, ja näin heidät voi hyvällä syyllä määritellä toimittajiksi, joilla on laajennettu vastuu. Toisaalta heidän työnsä on erittäin tuottajamaista, joten toinen hyvä mittari tekijä-tuottajan määrittelemiseen voisi olla se, kuinka ison osan työajasta he käyttävät tuottajan tehtäviin ja kuinka ison itse kirjoittamiseen. Tämän tutkimuksen puitteissa sitä ei kuitenkaan voi tehdä.

#### 5.4 Jokaisen ei tarvitse osata tuottaa

Tuottajan taitojen kirjo on laaja, ja tuottaja sanomalehdessä tekee hyvin samantapaista työtä kuin muussakin lehtikentän ulkopuolellakin. Rahoituksen hankintaa lukuun ottamatta kaikkia tässä tutkielmassa selvitettyjä ominaisuuksia tarvitsee ainakin jossain määrin lehtien toimituksissa. Tuottajan taidot ovat kuitenkin nivoutumassa niin loogiseksi osaksi modernin toimittajan arkea, että niiden tunnistaminen ja löytäminen on välillä vaikeaa.

Tietyt tässä tutkielmassa esiin nousseet tuottajan taidot ovat myös toimittajan taitoja. Sellaisia ovat tänä päivänä esimerkiksi ideointi ja ryhmätyötaidot. Moni tämän listan taidoista on kuitenkin sellaisia, jotka ovat tärkeitä tuottajalle, mutta pikemminkin vain plussaa toimittajalle. Lisäksi näyttää siltä, että eri osastoilla ja erilaisissa organisaatioissa tarvitaan hieman erilaisia taitoja.

Kaikki taidot ovat varmasti toimittajille eduksi, mutta vain osa on työtehtävistä riippuen tärkeitä. Oleellisempaa kuin yrittää löytää kaikilta toimittajilta tuottajan taitoja, on saada heidät sellaisiin tehtäviin, että heidän tuottajan taitonsa pääsevät käyttöön oikeassa paikassa. Yksi haastateltavista lopetti haastattelun sanoihin, jotka kiteyttävät tuottajan taitojen tarpeellisuuden toimittajilla enemmän kuin hyvin.

Se on jo paljon, että jos on ymmärrys siihen, että ala on semmoisessa muutoksessa, että tehdään yhä laajempien ihmisten ja joukkojen kanssa sitä tekemistä. Että vaikka se on ikään kuin esimies tai tuottaja, joka sitä pyörittää, jokaisen täytyy ymmärtää, mistä siinä on kysymys. Ja voi sanoa, että se alkaa olla meidän alalla elinehto, ja toki sitä kautta se ymmärrys kasvaa ja on kasvanut. - - Toki yhteistyökuviot, alihankintojen lisääntyminen, avustajien käyttö, ne vaatii sitä osaamista. Ei sitä tarvitse painottaa kaikille, mutta se ymmärrys täytyy olla kaikilla.

## LÄHTEET

Akkanen M. 2001. Uutistoimitusprosessit monikanavajulkaisemisessa. Teknillinen korkeakoulu. Diplomityö.

Heikkilä H. & Kunelius R. 1999. Pelkkä asenne ei riitä. Kansalaisjournalismi kehityshankkeena suomalaisissa sanomalehdissä. Teoksessa M. Maasilta (Toim.) Journalismin muutoskaruselli. Tampereen yliopisto. 102–123.

Heikura M. 2012. ”Eihän suomalaista sanomalehteä voi lukea edes sängyssä”. Tutkimus Pohjolan Sanomien toimitushenkilökunnan suhtautumisesta tabloidiin. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Heinonen A. 2008. Yleisön sanansijat sanomalehdessä. Tampereen yliopisto.

Helle M. 2010. Toimitustyö muutoksessa. Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä. Tampereen yliopisto.

Huusari, M. 2005. Journalistin työ muutoksen keskellä. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Julkisen sanan neuvosto. 2011. Journalistin ohjeet. Hakupäivä 2.3.2014  
<http://www.journalistiliitto.fi/@Bin/3734721/Journalistin+ohjeet+2011.pdf>

Kaleva ja 11 muuta lehteä tiivistävät journalistista yhteistyötään Lännen Mediassa. 2014. Kaleva.fi. Hakupäivä 16.4.2014.  
<http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/kaleva-ja-11-muuta-lehteä-tiivistavat-journalistista-yhteistyötään-lännen-mediassa/655533/>

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

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

Kauppalehdeltä saa ilmaiseksi enää 25 uutista. 2012. Markkinointi & Mainonta. Hakupäivä 14.3.2014  
<http://www.marmai.fi/uutiset/kauppalehdeltä+saa+ilmaiseksi+enää+25+uutista/a2123175>

Kielitoimiston sanakirja. 1. osa. 2012. Kotimaisten kielten keskus. Helsinki.

Kielitoimiston sanakirja. 2. osa. 2012. Kotimaisten kielten keskus. Helsinki.

Kielitoimiston sanakirja. 3. osa. 2012. Kotimaisten kielten keskus. Helsinki.

Kolari, E. 2009. Toimittajasta tuottajaksi. Sanomalehden toimitustyö muutoksessa. Teoksessa E. Välvirronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki:

Gaudeamus,150–167.

Koski, K. 2008. Aamulehden lehti uudistus. Sanomalehden uudistusprosessin syitä, suuntia ja seurauksia. Tampereen yliopisto. Pro Gradu -tutkielma.

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

Lampinen, T., toimituspäällikkö, Ilkka/Pohjalainen, 2014. Haastattelu 18.3.2014. Vaasa. Tekijän hallussa.

Lindblom N. & Södrén E. 2010. Journalistrollen. En studie i skrivande journalisters yrkesroll. Linköpings universitet.

Länsi-Savo ostaa enemmistön Sanoma Lehtimediasta. 2014. Etelä-Saimaa. Hakupäivä 16.4.2014. <http://www.esaimaa.fi/Online/2014/04/10/L%C3%A4nsi-Savo+ostaa+enemmist%C3%B6n+Sanoma+Lehtimediasta/20141274/4>

LT-levikkitilasto 2013. 2014. Levikintarkastus oy. Hakupäivä 16.4.2014. <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Levikkitilasto2013.pdf>

Makkonen K. 2010. Puoliksi tehty urheilujuttu. Ennakkosuunnittelun rooli Aamulehden urheilutoimituksessa. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Mauno, P., Uutispäällikkö, Lapin Kansa, 2014. haastattelu 2.4.2014. Rovaniemi. Tekijän hallussa.

Media lirissä: Uusia maksumuureja syntyy jo ennen kesälomia. 2013. Talouselämä. Hakupäivä 14.3.2014 <http://www.talouselama.fi/uutiset/media+lirissa+uusiamaksumuureja+syntyy+jo+ennen+kesalomia/a2178126>

Natunen H. 2007. Työn suola vai pakkopullaa?. Verkko toimittajien näkemyksiä vuorovaikutuksesta. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Nieminen H. & Pantti M. 2009 Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimiseen. Helsinki: Loki-kirjat.

Opintojen yleinen kuvaus. Humanistinen ammattikorkeakoulu. 2014. Hakupäivä 2.3.2014. <http://opinto-opas.humak.fi/opetustarjonta-2013-2014/aloittava-opiskelija/kulttuurituotannon-koulutusohjema/nuoret#Kutu%20uusiOPS%20Opintojen%20yleinen%20kuvaus>

Opinto-opas. Metropolia ammattikorkeakoulu. 2014. Hakupäivä 2.3.2014

<http://opinto-opas-ops.metropolia.fi/index.php/fi/16183/fi/36/KW13S1/1167/year/2013>

Opinto-opas. Metropolia ammattikorkeakoulu. 2014. Hakupäivä 2.3.2014.

<http://opinto-opas-ops.metropolia.fi/index.php/fi/16183/fi/44/KU13S1/year/2013>

Opinto-opas, Oulun ammattikorkeakoulu. 2014. Hakupäivä 11.2.2014.

[http://www.oamk.fi/koulutus\\_ ja\\_hakeminen/opiskelu\\_oamkissa/opinto-opas/koulutusohjelmat/?sivu=ops&lk=s2012&code=60088](http://www.oamk.fi/koulutus_ ja_hakeminen/opiskelu_oamkissa/opinto-opas/koulutusohjelmat/?sivu=ops&lk=s2012&code=60088)

Opinto-opas. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. 2014. Hakupäivä 2.3.2014

[www.seamk.fi/loader.aspx?id=aa171b6b-dbde-4956-8910-5960d0f9cf31](http://www.seamk.fi/loader.aspx?id=aa171b6b-dbde-4956-8910-5960d0f9cf31)

Pentikäinen M. 2011. Tulevaisuuden toimittaja. hs.fi. Hakupäivä 14.4.2014

<http://www.hs.fi/paakirjoitus/artikkeli/Tulevaisuuden+toimittaja/1135263459645>

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

Puolistruktuuroitu haastattelu. Tilastokeskus. Hakupäivä 16.4.2014.

<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>

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. Verkkojournalismin haasteet sanomalehdessä. Miten Turun sanomien verkkolehteä voisi kehittää. Tampereen ammattikorkeakoulu. Opin- näytetyö.

Rentola M. Uskalla olla esimies. Teoksessa M. Maasilta (Toim.) Journalismin muutoskaruselli. Tampereen yliopisto. 54–63.



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

Savela, P., Uutispäällikkö, Keskipohjanmaa, 2014. haastattelu 8.4.2014. Kokkola. Tekijän hallussa.

Sederholm, E., Toimituksen päällikkö, Etelä-Saimaa, 2014. Haastattelu 31.3.2014. Lappeenranta. Tekijän hallussa.

Selkälä, E. 2006. Sanomalehtitoimittajan tiedonhankinta jutun kirjoittamiseksi. Tampereen yliopisto. Informaatiotutkimuksen laitos. Pro Gradu -tutkielma.

Toimittaja. Ammattinetti. 2014. Hakupäivä 14.4.2014.  
[http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/120\\_ammatti](http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/120_ammatti)

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

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

Valtonen, V., Toimituspäällikkö, Turun Sanomat, 2014. Haastattelu 1.4.2014. Turku. Tekijän hallussa.

Vuollo, P., Toimituspäällikkö, Kaleva, 2014. Haastattelu 26.3.2014. Oulu. Tekijän hallussa.

Wallenius, D. 2012. Tuottaja tuli taloon. Tuottajan toimenkuvan synty ja työtävät seitsenpäiväisessä alueellisessa sanomalehdessä. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Ylä-Anttila, A. 2013. Superdeski - toimituksen johtaminen monikanavaympäristössä. MTV3:n ”One Newsroom” -malli tekijöiden näkökulmasta. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

1. Miten toimittajat osallistuvat lehden päivittäiseen suunnitteluun?
2. Kuka lehdessä päättää, mitä elementtejä juttuun tulee (esim. faktalaatikot, kinalot, jne)?
3. Ketkä vastaavat juttujen ideoinnissa?
4. Miten jutut jaetaan päivittäin ja kuka vastaa niiden jakamisesta?
5. Kuka sopii ja aikatauluttaa juttu- ja kuvauskeikat?
6. Jos käytetään toimituksen ulkopuolisia avustajia, kuka suunnittelee heiltä tilattavat jutut ja hoitaa tilausten käytännön asiat?
7. Kenellä kaikilla toimituksessa on budjettivastuu?
8. Työskenteleekö toimituksessa henkilöitä, joiden vastuulla on ilmoitusmyyntiin liittyviä asioita?
9. Työskenteleekö toimituksessa henkilöitä, jotka osallistuvat lehden markkinointiin?
10. Miten paljon ja millä tavalla toimittajat käyttävät työssään sosiaalista mediaa?
11. Kuinka suuri osa verkon ja printtilehden sisällöstä on samaa?
12. Kuka koordinoi verkon ja printtilehden juttutuotantoa ja juttuvaihtoa?
13. Onko lehdellänne muiden lehtien kanssa yhteistoimitus tai teettekö juttuvaihtoa jonkun muun lehden kanssa?
14. Kenen vastuulla yhteistoimituksen sisällöt/juttuvaihto on?
15. Miten juttuvaihto näkyy yksittäisten toimittajien työssä?
16. Mitä eri osastoja lehtenne toimituksessa on?
17. Onko lehdessänne käytössä ennakoiva taitto?
18. Onko lehdessänne ollut viime aikoina tai parhaillaan sisältöön tai ulkoasuun liittyviä kehittämisprojekteja? Mikä toimittajien rooli on ollut näissä projekteissa?

19. Olette palkkaamassa uutta toimittajaa yhdelle toimituksen osastoista. Miten tärkeinä koette, että häneltä löytyy seuraavaa osaamista.

Osasto:

Lehti:

Suunnittelutaito

5    4    3    2    1    0

Kyky kehittää lehteä ja sen prosesseja

5    4    3    2    1    0

Kokonaisuuksien hallinta

5    4    3    2    1    0

Ryhmätyöskentelytaidot

5    4    3    2    1    0

Johtamistaito

5    4    3    2    1    0

Kyky ideoida ja innovoida

5    4    3    2    1    0

Rahoituksen hankinta

5    4    3    2    1    0

Kyky neuvotella ja solmia sopimuksia

5    4    3    2    1    0

Markkinointitaidot

5 4 3 2 1 0

Budjetointitaidot

5 4 3 2 1 0

Kyky laatia aikatauluja

5 4 3 2 1 0

Tuotteistaminen

5 4 3 2 1 0

Tiedottaminen

5 4 3 2 1 0

Kyky koordinoita henkilöstöresursseja

5 4 3 2 1 0

Internetin ja sosiaalisen median tietämys ja osaaminen

5 4 3 2 1 0

Versiointi eri kanaviin ja lehtiin

5 4 3 2 1 0