

Tommi Forsman

PAINETUN JA VERKKOLEHDEN VÄLINEN SYNERGIA KYMEN SANOMISSA

Hyvät toimituskäytännöt printin ja verkon siltana

PAINETUN JA VERKKOLEHDEN VÄLINEN SYNERGIA KYMEN SANOMISSA

Hyvät toimituskäytännöt printin ja verkon siltana

Tommi Forsman

Opinnäytetyö

Kevät 2014

Viestinnän koulutusohjelma

Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Tommi Forsman

Opinnäytetyön nimi: Painetun- ja verkkolehden välinen synergia Kymen Sanomissa – hyvät toimituskäytännöt printin ja verkon siltana.

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2014

Sivumäärä: 52 sivua ja 1 liitesivu

Tutkin opinnäytetyössäni painetun- ja verkkolehden välistä yhteistoimintaa Etelä-Kymenlaakson maakuntalehti Kymen Sanomissa. Tutkimukseni peilaa Kymen Sanomien verkkouutispalvelun ja painetun lehden välisiä laadullisia ja ominaisuuksellisia eroja osana maailmanlaajuisista journalistista muutosta. Lisäksi opinnäytetyöni sisältää laadullisen tutkimusmenetelmän kautta kerätyn tiedon pohjalta laadittuja käytännöllisiä kehittämissuhteita toimituksen käyttöön.

Tutkielmani perustuu Kymen Sanomien toimituksessa tehtyihin sähköpostikyselyihin ja teoriatietoon. Tutkielman haastattelut ja kyselyt on toteutettu maaliskuun 2014 aikana. Opinnäytetyön tilaajana toimii Kymen Sanomat.

Tutkielmani tulokset osoittavat, että suomalainen mediakenttä elää suurta verkkojournalismin tuomaa siirtymävaihetta, joka heijastuu erittäin konkreettisesti myös Kymen Sanomien toimitukseen, ja sen työskentelytapoihin. Myös verkon tuomien uusien ominaisuuksien hyödyntäminen täysipainoisesti hakee vielä suuntaansa. Tutkielmani tarjoaa ratkaisumalleja keskeisimpiin toimituksen päivittäisiin haasteisiin, sekä ehdotuksia Kymen Sanomien verkkojournalismin ja verkkopalvelun laadun parantamiseen.

Myös taloudellinen taantuma ja kotimaisten mediatalojen viime vuosien suuret säästötoimet ovat osaltaan hidastaneet uudenlaisten sähköisten palveluiden käyttöönottamista suomalaisissa sanomalehdissä, mikä näkyy myös Kymen Sanomien toiminnassa. Peilaan tutkimuksessani myös kotimaisen lehdistön yleistä tilaa erityisesti yhdyvaltaismediaan, jonka rohkeat ratkaisut ovat kääntäneet mediatalojen tilanteen vuosien taantumien jälkeen varovaiseen kasvuun.

Asiasanat:

Verkkjournalismi, maakuntalehdet, journalistiset työtavat, verkkouutispalvelu, journalismin muutos

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree Programme in Communication, Option of Journalism

Author: Tommi Forsman

Title of thesis: Synergy between printed paper and online news service in the regional newspaper Kymen Sanomat.

Supervisor: Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2014

Number of pages: 52 pages and 1 page of attachments

In my thesis I have studied the connection and synergy between traditional printed newspaper and the equivalent online news service of regional newspaper Kymen Sanomat. The thesis also connects the challenges related to online news making faced by many editorial offices in Finland to the world wide change in the field of journalism. Many papers today are facing major challenges brought by free of charge online news services and the global change of journalistic earning processes. In my thesis I have also analysed the effects of the economical downwind in the finnish media field and linked the effects with my own working enviroment in the editorial office of Kymen Sanomat.

The general purpose of this study is to bring forth the mainline challenges related to online news making inside the working community, and to introduce new and practical working methods to improve the quality of the online news service of Kymen Sanomat. The thesis also sinks into the change of earning logics of the newspaper field on general level.

The thesis is based on interviews conducted inside the Kymen Sanomat editorial organisation during the March and April 2014. This thesis has been created in co-operation with Kymen Sanomat which also acts as the client for my thesis work.

My thesis proved that the general challenges of global journalism are also clearly visible in a finnish regional newspaper. Also slow development of new digital business models has been reducing the efforts that are necessary for the finnish media to regain the lost subscribers and former stable revenues.

Keywords:

Online journalism, journalistic working processes, online news, regional newspapers

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	AINEISTO JA MENETELMÄT	7
2.1	Laadullinen tutkimus tiedonkeruun välineenä	8
2.2	Inhimillinen lähestymistapa tutkimuksen työkaluna	9
2.3	Haastateltavien esittely	10
3	JOURNALISMIN SUURI MUUTOS	12
3.1	Lama jarruttaa uusien tuotteiden kehittämistä	12
3.2	Painettu sisältö ei myy entiseen tapaan	13
3.3	Verkon ja printin kilpailu nakertaa laatua	14
3.4	Perinteisen journalismin auktoriteetti murenee	16
3.5	Mainonnan kriisi synnyttää uusia liiketoimintamalleja	17
4	VERKKOTOIMITUKSEN HAASTEET KYMEN SANOMISSA	19
4.1	Voimavarojen niukkuus ja tekniikka hidastavat verkkopalvelun toimintaa	20
4.2	Verkkopalvelun laatu vaihtelee	22
4.3	Verkon ominaisuuksia säästellään	23
4.4	Omakohtaisia havaintoja toimituksesta	24
4.5	Paikallisen uutistarjonnan niukkuus verkon näkökulmasta	26
4.6	Yhteenvedo keskeisimmistä toimituksen haasteista	28
5	VERKKOTOIMITUKSEN TYÖTAPOJEN KEHITTÄMINEN TOIMITUKSESSA	30
5.1	Versioinnista kohti verkkojournalismia	30
5.2	Siirtymävaiheen kautta laadukkaaseen verkkopalveluun	33
5.3	Pois sisäisestä uutiskilpailusta	37
5.4	Työvuorojen välinen tehokas kommunikointi tehostaa verkon toimintaa	39
6	POHDINTAA	42
6.1	Ammatillinen kehittyminen tutkimusprosessin kautta	42
6.2	Sanomalehtien kivulias muodonmuutos	44
6.3	Yleisö- ja mainostajasuhteet kääntyivät pääläelleen	46
6.4	Sukupolvenvaihdos uusien työtapojen kättilönä	48
6.5	Lopuksi	49
	LÄHTEET	51
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Suomalainen media elää murroksen aikaa. Journalismin ja sen sisällön voimakas digitalisoituminen ovat nostaneet esiin yhä suuremman tarpeen ratkaista painetun, ja sähköisesti tarjotun sisällön väliset toiminnalliset ja tuotannolliset ristiriidat. Erityisesti verkon ja painetun lehden välinen fundamentaalinen luonne-ero luo haasteita niin pienemmille paikallis kuin suuremmille maakuntalehdille.

Vallallaan olevan ajattelun mukaan Internetissä tulee jokaisen lehden olla osaltaan mukana. Monien verkkolehtien alkuvaiheessa käyttöönottama niin kutsuttu lapointimentelmä, jossa kokonaisuutta ja normaalisti maksullista journalistista sisältöä julkaistiin maksutta verkon kautta, on totuttanut suomalaiset median kuluttajat journalismin ansaintalogiikan ja selviytymisen kannalta ikävään tilanteeseen. Journalismia kuluttavien nihkeä asenne maksaa digitaalisesta sisällöstä on johtanut noidankehään, jossa verkkosisällön yksipuolisuus ei motivoi kuluttajia maksamaan journalistisista verkkopalveluista, eikä näin ollen motivoi lehtiä tai mediataloja panostamaan taloudellisesti tai toimitusressursillisesti verkkopalveluiden laatuun.

Tutkin opinnäytetyössäni Etelä-Kymenlaakson maakuntalehti Kymen Sanomien verkkouutispalvelun ja painetun lehden välisiä toiminnallisia ja sisällöllisiä eroja. Tavoitteenani on luoda selkeä kuva kahden samasta toimituksesta lähtöisin olevan median sisältöihin liittyvistä eroista, ja tarjota ratkaisuja painetun ja verkkouutispalvelun nykyistä tiiviimmin yhteensovittamiseksi. Lisäksi tutkimukseni tarjoaa Kymen Sanomien toimitukselle uudenlaisia menetelmällisiä välineitä verkkouutispalvelun tehokkaampaan toimittamiseen nykyisillä henkilöresursseilla.

Tutkielmani perustuu laadulliseen, eli kvalitatiiviseen tutkimusmentelmään. Tutkimusaineisto on kerätty keväällä 2014 tehtyjen sähköpostihaastattelujen ja teorialähteiden kautta. Käyttämäni menetelmä oli mielestäni ainoa tutkimusaiheeni kannalta riittävän joustava tutkimusmentelmä. Sen kautta pystyin keräämään tutkimustietoa joustavalla ja ihmisläheisellä tavalla.

Kymen Sanomat toimii tämän tutkielman työelämälähtöisenä tilaajana. Ajatus tuottaa opinnäytetyö lehden käyttöön syntyi työskennellessäni uutistoimittajana Kotkan toimituksessa alkuvuodesta 2014.

2 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimukseni ydintavoitteena on erityisesti tarjota käytännöllisiä kehittämissuhteita verkkouutispalvelun kehittämiseksi Kymen Sanomissa. Käytän tutkimukseni pohjana Kymen Sanomista keräämääni työkokemusta, sähköpostilla toteutetun kyselyn kautta keräämääni tietoa sekä kirjallisia ja digitaalisia lähteitä.

Keskeisiä tutkimusteemoja ovat verkkotoimittamisen journalistiset työskentelytavat, eli työprosessit, verkkouutispalvelun ja painetun lehden välinen yhteistoiminta sekä verkkouutispalvelun kehittäminen paremmin painettua lehteä tukevaksi kokonaisuudeksi toimituksellisten työskentelykäytäntöjen kautta. Tutkimukseni teema nojaa yleisellä tasolla verkkouutispalveluja ja verkkojournalismia koskeviin maailmanlaajuisiin ongelmiin, jotka olen kytkenyt osaksi myös Suomessa tapahtuvaan journalismin murrokseen.

Saadakseni tutkimukseeni riittävän monipuolisen toimitustyön kautta kerätyn aineiston, olen haastatellut Kymen Sanomien kahta verkkotoimittajaa, uutistuottajaa sekä uutistoimituksessa työskentelevää toimittajaa. Sähköpostihaastattelut ja kyselyt toteutettiin maaliskuun-huhtikuun 2014 aikana. Lisäksi Sanoma lehtimedia Oy:n verkkopäällikkö Tomi Tiilikainen on antanut minulle taustatietoa yleistietopohjan aikaansaamiseksi. Haastatteluaineisto sisältää verkkotoimittajien, esimiestason sekä uutistoimittajan näkemyksiä verkkopalvelun merkityksestä, laadusta ja toimintatavoista. Lisäksi hyödynnän itse Kymen Sanomissa uutistoimittajana keräämääni työkokemusta sekä havaintoja verkkouutispalvelun toiminnasta.

Kvalitatiivisissa tutkimuksissa oikeiden haastateltavien valinta on erittäin tärkeässä roolissa. Liian suurella haastateltavien otannalla vastauksista ei voida tehdä riittävän syvällisiä tulkintoja ja johtopäätöksiä. Toisaalta jos joukko on liian suppea, vastauksista ilmeneviä kokemuksia ei voida yleistää riittävällä tasolla. Lisäksi vastaajajoukkojen välinen ero ei välttämättä nouse riittävästi esiin. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 58.)

Tämän valossa uskon keränneeni haastatteluista riittävän laajapohjaisen aineiston, jotta voin tehdä aineiston perusteella tarpeellisia johtopäätöksiä ja ratkaisuehdotuksia. Toisin sanoen haastattelujen laajuus vastaa riittävästi Kymen Sanomien toimituksen kokoa.

2.1 Laadullinen tutkimus tiedonkeruun välineenä

Hyödynnän tutkimuksessani kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Menetelmän perusteena käytän kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä humanistista ja kokemuksiin perustuvaalähe-tysmistapaa.

Aiheita- ja aineistoa on kerätty Kymen Sanomissa työskentelevien ihmisten henkilökohtaisiin ko-kemuksiin pohjautuvilla sähköpostikyselyillä ja niiden pohjalta tehdyillä päätelmillä. Tutkimusaihe ja siihen liittyvä, lähtökohtaisesti hämärän peitossa oleva hypoteesi eli tutkimuslause ilmentävät tyypillistä kvalitatiiviselle metodille soveltuvaa tapausta. Laadulliselle tutkimukselle tyypillinen ominaisuus on tarkan tutkimussuunnitelman puuttuminen, erityisesti tutkimuksen alkuvaiheessa. Toisin sanoen aineiston kertyessä, tutkimuksen suunta ja tavoitteet saattavat muuttua merkittä-västi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160.)

Valitsin haastattelujeni välineeksi sähköpostin, sillä Kymen Sanomissa työskennellään kahdessa vuorossa, minkä vuoksi työajalla ja kasvokkain toteutettavien haastattelujen tekeminen olisi muo-dostunut erittäin vaikeaksi toteuttaa. Lisäksi sähköpostin kautta toteutettu kysely antoi mielestäni haastateltaville enemmän joustovaraa ja aikaa pohtia vastauksiaan syvemmin. Lisäksi koin, että sähköpostin kautta tehtävä yhteydenotto tarjoaa haastateltavalle mahdollisuuden kertoa koke-muksistaan avoimemmin kuin työyhteisön sisällä ja työaikana tehtävissä haastatteluissa. Jokai-sen haastateltavan kanssa sovin etukäteen työpaikalla, että lähetän heille opinnäytetyöhöni liitty-viä kysymyksiä. Myös tutkimukseni teema oli haastateltavien tiedossa etukäteen.

Tutkimusmentelmäni tarkempi raja- sijoittuu luokkaan teemahaastattelu, sillä tutkimukseni aihe ja haastateltavien valinta on kohdistettu tutkimukseni laajuutta rajaavan teeman ja tavoitteiden mukaisesti. Teemahaastattelun tärkeimpiä ominaispiirteitä ovat sen joustavuus ja keskittyminen erityisesti tutkittavaan asiaan. Teemahaastattelu keskittyy haastattelukertojen määrän ja tiukkaan rajattujen tyylien sijaan tutkittavan aiheen oleellisiin asioihin. Lisäksi teemahaastattelussa huomi-oidaan tarkemmin haastateltavien yksilölliset kokemukset tutkittavasta aiheesta. (Hirsjärvi & Hur-me 2006, 47-48.) Toisaalta tutkimusmetodini sisältää piirteitä myös niin kutsutusta puolistruktu-roidusta haastattelusta. Tutkimuskysymykseni vastaukset eivät olleet tiukasti sidottuja vastaus-vaihtoehtoihin. Lisäksi kysymyksissäni oli runsaasti tilaa omakohtaisten kokemusten avaamiselle aiheesta. Kokemusten ja tutkittavan aiheen tilan kuvaaminen omin sanoin ja avoimesti on tyypilli-nen piirre puolistukrutoduille haastatteluille (Hirsjärvi & Hurme 2006, 47).

Koska henkilöiden haastattelut on toteutettu sähköpostin välityksellä, käytän niistä tutkielmassani termiä kysely tai sähköpostihaastattelu.

2.2 Inhimillinen lähestymistapa tutkimuksen työkaluna

Haastattelutapani poikkeaa kaikkein klassisimmasta haastattelututkimuksen kaavasta, sillä tutkimusaineisto on kerätty sähköpostitse lähetetyllä kyselylomakkeella. Lomakkeen kysymykset olivat melko tarkkaan jäsenneiltyjä, mutta mihinkään kysymykseen ei ollut pakollista kaikkien vastata. Toisin sanoen suoritin eräänlaista luotaamista toimituksen sisällä, jotta tutkimukseni kannalta merkityksellinen tieto nousisi esiin vastausten joukosta.

Toisena tavoitteenani oli etsiä toimituksen kokemusten perusteella tarttumakohtia, jotta tutkimukseni terävin kärki muodostuisi vastausten kautta. Toisin sanoen kartoitin Kymen Sanomien verkkouutispalvelun tilannetta ensin työtovereideni kautta, minkä jälkeen aloin muodostaa itselleni tietopohjaa mahdollisista verkkopalvelun epäkohdista tai ongelmista tutkimushaastattelujen kautta.

Tästä oivana esimerkkinä oli tutkimukseni alkuvaihe, jossa alkuperäinen tavoitteeni oli tutkia verkkouutispalvelun ja painetun sisällön välistä yhteistoimintaa yleisellä tasolla. Tutkimushaastattelujen kautta minulle tarkentui kuitenkin lopullinen tutkimukseni ydinkysymys.

Haastattelujeni pohjalta havaitsin jo aiemmin olettamani toimituksellisten resurssien käyttötarkoitus koskevan oleellisen hypoteesin todeksi. Olin olettanut, että verkkouutispalvelu toimii painetun lehden yhteydessä olevana nopeampana ja lähes reaaliaikaisena lisäpalveluna. Lehden sisällä tehdyt haastattelut vahvistivat olettamuksen todeksi ja tarjosivat näin ollen tarttumapinnan laajempaan tutkimusaiheeseen.

Tutkimukseni kärki terävöityi merkittävästi sähköpostitse toteutettujen haastattelujen ja aiheesta kerätyn yleisen tietopohjan kautta.

Olen jakanut tutkimusaineistoni kolmeen luokkaan: haastattelujen kautta kerätyt ihimilliset kokemukset, aineistolähteet ja digitaaliset lähteet. Näiden kautta tutkimustani ovat ohjanneet sekä journalistista työtä ammatikseen tekevien ammattilaisten keräämä kokemus että verkosta ja kirjallisuudesta kerätty asiantuntija- ja tutkimustieto.

Kvalitatiivisen tutkimuksen perusominaisuuksiin kuuluu aineiston kerääminen ja sen tutkiminen todellisesta elämästä. Tutkimusmenetelmän toinen omiin tarkoituksiini hyvin sopiva ominaisuus on tavoite hahmottaa tutkittavaa aihetta kokonaisuutena. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157.)

Tutkimukseni humaanin lähtökohdan vuoksi määrällisesti ja teknisemmin eri ominaisuuksia mitaava kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmetodi ei lähtökohtaisesti soveltunut inhimillisten kokemusten pohjalta keräämäni tutkimustiedon käsittelemiseen.

Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä voidaan tehokkaasti mitata esimerkiksi tutkittavan asian ominaisuuksia tai muuta omien sanojeni mukaan elottomia ominaisuuksia. Tämän vuoksi koin, etten pystyisi saavuttamaan tutkimukselleni asetettuja tavoitteita keskittymällä pelkästään mitattavissa oleviin ominaisuuksiin. Tutkimuskysymykseeni vastaaminen edellytti siis syvälliseen ja ihmisläheiseen tutkimusmetodiin nojaamista.

Kvantitatiivinen tutkimus olettaa lisäksi tutkittavan kohteen olevan tutkijasta riippumaton, kun kvalitatiivinen tutkimus nojaa tutkittavan ja tutkijan väliseen vuorovaikutukseen ja kommunikointiin (Hirsjärvi, Hurme, 2006, 23).

2.3 Haastateltavien esittely

Haastattelin sähköpostitse neljää Kymen Sanomissa työskentelevää toimittajaa tai esimiestason edustajaa. Seuraavassa lyhyet esittelyt tulevilla kappaleilla mainituista henkilöistä, riittävän selkeän pohjatiedon luomiseksi kunkin vastaajan työnkuvasta ja erityisvastuista.

Anna Lindholm työskentelee Kymen Sanomien uutistoimituksessa Hänen työnkuvaansa kuuluvat päivittäisten uutisaiheiden lisäksi työvuoroon kulloinkin osuvat verkkotoimittajan työtehtävät.

Hannele Karppinen toimii toisena Kymen Sanomien kahdesta verkkotoimittajasta. Verkkotoimittajien verkkovastuu noudattaa vuorokiertoa, jossa kukin verkkotoimittajista työskentelee määritellyn työjakson verran pelkästään verkkotoimittajan työssä. Vuorossa on kulloinkin vain yksi verkosta täysin vastaava toimittaja kerrallaan. Verkkovastuun ulkopuolisena aikana verkkotoimittajat työskentelevät myös uutistoimituksen puolella.

Johanna Vehkaluoto työskentelee päätoimisesti verkkotoimittajana, ja lopun työajastaan osana Kymen Sanomien uutistoimitusta.

Marja Luumi-Laasonen toimii Kymen Sanomien päivävuoron uutistuottajana. Uutistuottajan työnimike vastaa perinteisemmän ammattinimkkeen valossa uutispäällikköä. Toisin sanoen uutistuottaja vastaa päivävuoron työnjaosta ja toimii yleisesti työskentelyä ja sisältötuotantoa suunnittelevana lähiesimiehenä toimitukselle.

Lisäksi olen saanut myös yleistä tilasto- ja taustatietoa Sanoma Lehtimedia Oy:n verkkopäällikkö Tomi Tiilikaiselta.

3 JOURNALISMIN SUURI MUUTOS

Internetin läpimurron, ja sen aikaansaaman journalistisen työn muuttumisen seurauksia puidaan tällä hetkellä mediataloissa ympäri maailmaa. Aiheesta puhutaan usein journalismin suurena murroksena tai muutoksena. Lehtitalojen perinteiset keinot ansaita suuria summia rahaa mainos-, ilmoitus-, ja tilaajatuottojen kautta ovat muuttuneet täysin, eikä tämän kehityksen mukana olla onnistuttu kulkemaan riittävän nopeasti.

Yleisön siirtyminen sähköisiin palveluihin ja tiedotusvälineiden verkkovallankumouksen alussa tarjoamien ilmaisten verkkosisältöjen vuoksi journalismin ongelman ytimessä ovat myös laadulliset tekijät. Perinteisesti journalismi on toiminut laadukkaana ja kansalaisten oikeuksia valvovana yhteiskunnallisena toimijana. Laadukkaan journalistisen sisällön tarjoaminen painetun lehden sivuilla vuosisatojen ajan on taannut lehtitaloille ja julkaisijoille turvallisen ja vakaan liiketoiminnan muodon. Internetin myötä tiedonvälitys on monipuolistunut, eikä painetun lehden asema suuren yleisön ensisijaisena tiedonhakuvälineenä ole enää yhtä vakaa kuin ennen.

Supistetuilla toimituksilla ja hitaalla sopeutumisella verkkojournalismin tarjoamiin mahdollisuuksiin on mielestäni suuri asiayhteys. Laadukkaan journalistisen sisällön tuottaminen uudella tapaa vaatii riittävät voimavarat ja yhteistä muutoshalua. Myös lehtien laskevat levikit ja kasvaneet jakelukustannukset ovat osaltaan lietsoneet lamaa ja kriisitietoisuutta mediatalojen sisällä.

3.1 Lama jarruttaa uusien tuotteiden kehittämistä

Talouden taantuma ja toimittajien konservatiivinen suhtautuminen uusiin välineisiin ovat osaltaan jarruttaneet uusien sähköisten palveluiden käyttöönottamista toimituksissa. Laman vaikutus kytkeytyy voimakkaasti osaksi journalismin muutosta Suomessa. Vuosina 2008-2009 medioiden mainosmarkkinat laskivat kaiken kaikkiaan lähes kuusitoista prosenttia. Sanomalehtien ilmoitusmarkkinoilla pudotus oli lähes kaksikymmentäkaksi prosenttia. (Nikunen 2011, 25.) Kuitenkin jo vuoteen 2010 tultaessa mainostulot sanomalehtikentällä kääntyivät varovaiseen nousuun. Vastaavankaltainen ilmiö oli havaittavissa myös 1990-luvun suuressa taantumassa. (Nikunen 2011, 26.) Näyttää siis, että journalismin muutos ja talouden taantuma nivoutuivat yhteen ja ovat yhdessä edesauttaneet journalismin kriisiä Suomessa.

Suomalaisten mediatalojen reagoiminen taantumaan ja heikentyneisiin talousnäkyymiin johti vuonna 2009 ennätyskellisiin yt-neuvottelujen määriin. Mediatalot aloittivat laajat kulukuurit, vaikka yhtiöiden tulokset pysyttelivätkin suurilta osin voitollisina. Yt-neuvottelujen jäljiltä lähes kaksisataa journalistiliiton jäsentä menetti työpaikkansa. (Nikunen 2011, 31.)

Näkemykseni mukaan toimituksellisten resurssien supistaminen ja raskaat säästötoimet 2000-luvulla ovat edesauttaneet nykyistä heikkoa tilannetta. Journalistisen laadun avaintekijöistä, eli toimittajista, karsiminen supistaa tulevan menestyksen mahdollisuuksia ja samalla heikentää toimitusten kykyä ottaa käyttöön uudenlaisia sähköisiä palveluita. Lehtitalot siis jarruttavat säästötoimillaan elintärkeää siirtymävaihetta, jonka kautta journalistiset tuotteet voidaan sopeuttaa uusiin olosuhteisiin.

Myös perinteisen median varovainen suhtautuminen modernin teknologian tuomien uusien mahdollisuuksien käyttöönottoon on osaltaan huonontanut tilannetta entisestään. Verkko vaatii tekijöiltään uudenlaisia ajattelutapoja ja työmenetelmiä. Internetin saapumista journalismin osaksi voi osaltaan verrata aikaan, jolloin television aloitti voitokkaan kulkunsa uudenlaisena tiedotusvälineenä. Television alkuaikoina vanhoja lehtien puolelta lainattuja toimituskäytäntöjä yritettiin soveltaa sellaisenaan myös television puolelle. Vastaava ilmiö on ollut havaittavissa myös verkkojournalismin suhteen, uuden välineen hakiessa paikkaansa osana vakiintunutta tiedotusvälinekenttää. (Jones & Salter 2012, 6.)

3.2 Painettu sisältö ei myy entiseen tapaan

Tärkeänä ja tutkimukseni aiheen yleiseen tietopohjaan sitovana, käsitteenä toimii verkkopalveluiden ja painetun lehden välinen yleisesti tunnustettu ansaintalogiikan ongelma. Monet toimitukset eivät pysty nykyisillä voimavaroillaan tuottamaan laadukasta verkkosisältöä, josta lukijat olisivat valmiita maksamaan. Tämä puolestaan johtaa noidankehään, jossa yleisö ei myöskään ole valmis käyttämään rahaa palveluun, jossa ei ole heitä kiinnostavaa tai verkon ominaisuuksia hyödyntävää sisältöä. Voidaan siis sanoa, että perinteinen painettu journalismi on tällä hetkellä maailmanlaajuisessa kriisissä ja suuren murroksen vallassa.

Ilmainen verkkosisältö kilpailee aktiivisesti maksullisen painetun uutis- ja päivittäissisällön kanssa. Myös nuoria lukijoita, eli median silmissä tärkeitä kuluttajia, on entistä vaikeampi houkutella maksamaan painetusta sisällöstä. (Nikunen 2011, 12.)

Internet on parhaimmillaan nopea ja hetkessä elävä uutisvälityskanava. Sen kautta tarjottavan palvelun kehittämiseksi toimitukset tarvitsevat kuitenkin riittävät henkilöresurssit ja suunnitelmallista toimintaa painetun lehden tulovirtojen ohjaamiseksi myös verkkolehden puolelle. Tässä sisälön määrätietoinen ja tarkoituksenmukainen suunnittelu ovat keskiössä.

Myös alati kasvavat lehden paino- ja jakelukustannukset luovat osaltaan painetta kehittää verkkopalveluiden sisältöä ja journalistista laatua.

Viestinnän historian valossa suurelta osin mullistukset eivät välttämättä koidu perinteisen painetun median kuoliniskuksi, vaan painettu media pyrkii sopeutumaan muuttuviin markkinoihin ja tilanteisiin muuttamalla ja kehittämällä sisältöään (Tiitinen 2011, 25).

Myös sosiaalinen media, ja internetin tarjoamat keskustelukanavat ovat muuttaneet ihmisten näkemyksiä tavoista osallistua henkilökohtaisesti julkiseen keskusteluun (Nikunen 2011, 58).

Kainsainvälisten tutkimusten mukaan eri lehtitalot käyttävät runsaasti painetun lehden puolelta poimittua sisältöään verkkosivuillaan. Toisin sanoen verkkopalveluita ei ole maailmalla osattu hyödyntää niiden tarjoamalla täydellä potentiaalilla. Verkko edellä tehdyn sisällön sijaan verkkoa on täytetty pitkälti versioimalla sinne painetun lehden sisältöä. (Nikunen 2011, 59.)

3.3 Verkon ja printin kilpailu nakertaa laatua

Myös internetin nopea ja reaaliaikainen luonne kiristää lehtien ja medioiden välistä kilpailuasetelmaa ja synnyttää verkossa tapahtuvaa uutiskilpailua. Pohjoismaissa ongelmaksi on ollut erityisesti perinteisen uutisoinnin ja verkkouutisoinnin välinen aikakamppailu. Perinteisesti paras journalistinen sisältö on varattu painetun lehden sivuille, mutta verkkouutisoinnin luonteen vuoksi erityisesti verkkotoimittajat haluavat nopeuttaa uutisten julkaisuaikataulua. (Nikunen 2011, 63.)

Myös kilpailu verkkovierailujen klikkausmääristä on herättänyt toimittajissa huolta. Mikäli uutisia aletaan tuottaa verkkosuosion kriteerein, voi se heikentää oleellisesti verkkojournalismin yleisön keskuudessa nauttimaan luottamusta. (Nikunen 2011, 60.)

Markkinatermein ilmaistuna eräänlainen kysynnän ja tarjonnan laki on vallannut alaa verkkolehti- en sivuilta, eivätkä perinteiset uutiskriteerit välttämättä enää ohjaa verkkotoimittajien työskentelyä entiseen tapaan.

Suomen, Ruotsin ja Tanskan journalistiliittojen jäsenille tehdyn kyselyn mukaan journalistit luottavat edelleen selvästi eniten painetun lehden kautta saatavaan tietoon. Lisäksi verkossa tapahtuva uutiskilpailu klikkausten ja julkaisuaikojen kanssa on herättänyt huolta ammattikunnan keskuudessa. Erityisesti verkkojournalismin laadun uskottiin kärsivän kärsivän kilpailuasetelmasta. Journalistiliiton tutkimuksen mukaan moni toimittaja kokee verkkojournalismin ohjaavaksi tekijäksi laadun sijaan nopeuden, joka osaltaan siis nakertaa myös toimittajien omaa luottamusta verkossa tehtävien uutisten ja juttujen laatuun. (Rusila 2013, 14-15.)

Keskinäinen uutiskilpailu ja uutisten tai aiheuden kopioiminen kilpailijoilta muodostavat mielestäni suuren uhkan journalismin laadulle. Esimerkiksi virheellisten uutisten päätyminen myös kilpailevien medioiden verkkosivuille ei enää tänä päivänä ole vieras ilmiö.

Eräs tutkielmani näkökulma onkin, kuinka tuottaa hyvää ja laadullisesti yhtenäistä verkkosisältöä omilla käytettävissä olevilla voimavaroilla, ilman että uutiskilpailun nimissä langetaan vallalla oleviin helpoilta vaikuttaviin toimitusmenetelmiin.

Kansainväliset tutkimukset luovat omalta osaltaan tietoperustaa tutkimalleni aiheelle. Verkkojournalismin oikenlainen hyödyntäminen osana lehtitalojen liiketoimintaa ja journalistisen laadun säilyttämistä on jo noussut merkittäväksi huolenaiheeksi ympäri maailmaa. Perinteisen lehdistön roolin muuttuminen ja toimittajien työskentelytapojen saattaminen vastaamaan nykyajan tarpeita ovat tulevaisuuden laadullisia ja myynnillisiä avaintekijöitä.

Omana tarkoitukseni on tuoda kansainvälisen viitekehyksen esiin tuoma yleinen ongelma keskelle omaa työympäristöäni ja tarjota tutkimukseni kautta tehokkaita työkaluja verkkopalveluiden nykyaikaisen ja laadukkaan toteuttamisen takaamiseksi.

Ihanteellisessa tilanteessa internetin syntyminen perinteisen journalismin työkaluksi voi johtaa entistä avoimempaan ja monipuolisempaan tiedonvälitykseen. Myös tiedon virtauksen suunta on kääntynyt kaksipuoliseksi. Perinteinen yleisö on muuttunut tiedon vastaanottajasta tietoa aktiivisesti tuottavaksi toimijaksi. Verkkovallankumous voi siis osaltaan synnyttää myös nykyistä avoimempaa ja demokraattisempaa tiedonvälitystä. (Jones & Salter 2012, 59.)

Näkemykseni mukaan oikealla tapaa toteutettu uutisverkkopalvelu voi parhaimmillaan synnyttää uudenlaisia lukija-toimittaja vuorovaikutussuhteita, ja samalla laajentaa toimituksen käytössä olevia voimavaroja. Myös laadukkaasti suunnitellut ja toteutetut uudentyypiset sähköiset palvelut

voivat houkuttaa yleisöä palaamaan turvalliseksi kokemiensa palveluiden käyttäjiksi, kunhan sisältö tarjotaan yleisöä houkuttelevassa ja modernissa muodossa.

Verkko tulee siis nähdä valtavana voimavarana, ei uhkakuvana perinteisen journalistisen työn näkökulmasta. Uutisia reaaliaikaisesti, nopeasti ja luotettavasti tuottava verkkopalvelu voi siis oikein toteutettuna tarjota sanomalehdelle nykyistä huomattavasti monipuolisemman palvelutarjonnan. Ongelman painepisteessä on siis jo aikasemmin mainitsemani ansainallinen ongelma, joka hidastaa uusien sähköisten julkaisualustojen ja palveluiden käyttöönottamista.

3.4 Perinteisen journalismin auktoriteetti murenee

Eräs verkkojournalismin tuomista suurista muutoksista on toimittajan ja hänen työskentelytapojensa muutos. Toimittaja on perinteisessä mallissa toiminut yhteiskunnallisen vallankäytön vahtikoirana ja tiedon portinvartijana (Kunelius 2003, 193). Internetin vallankumous on tuonut lähes poikkeuksetta sadoille miljoonille ihmisille mahdollisuuden suodattaa ja tuottaa tietoa myös itse, monista eri lähteistä. Tämän vuoksi myös journalismin ammattimaisuuden ja luotettavuuden korostaminen internetin valtavassa tietomäärässä on avainasemassa hyvän journalistisen sisällön tuottamisessa.

Internetin tuoma toimittajien roolin muuttuminen näkyy myös toimitusten jokapäiväisessä työskentelyssä. Sähköisen viestinnän tuomat mahdollisuudet ovat käytännössä poistaneet asiasisällön julkaisemisen ja levittämisen taloudelliset kustannukset. Toisin sanoen kuka tahansa voi nykyisin tuottaa verkkoon journalismin omaista sisältöä, internetiin yhteydessä olevalla tietokoneella. Toimittajien rooli tiedon portinvartijoina on murentunut ja heikentynyt verkon tuomien mahdollisuuksien vuoksi (Krotoski 2011, viitattu 24.04.2014.) Tämän johdosta journalistinen sisältö erottuu muusta verkossa olevasta sisällöstä ensisijaisesti sen laadun ja uskottavuuden perusteella, ei uutiskilpailun ja suurten klikkausmäärien tavoittelun kautta.

Entisen ansaintalogiikan mukaisesti lehdet toimivat siis tiedon portinvartijoina, ja jäsennellyn journalistisen sisällön tuottaminen maksua vastaan oli median pääasiallinen tulonlähde. Tämä portinvartijan rooli haalistui osittain internetin vallankumouksen myötä, sillä tiedon jakamisesta verkon välityksellä tuli jokaisen kansalaisen käden ulottuvilla oleva mahdollisuus. Monet lehtitalot joutuivat siis miettimään perusliiketoimintamalliaan uudelleen. Uudenlaisessa maailmassa lehdet joutuvat katsomaan erilaisia internetpalveluja tarjoavia tahoja potentiaalisina yhteistyökumppaneina, ei kilpailijoina. (Jones & Salter 2012, 45.)

3.5 Mainonnan kriisi synnyttää uusia liiketoimintamalleja

Eräs merkittävä ulottuvuus journalismin muutoksessa on mainonnan digitalisoituminen ja siirtyminen verkkoon. Mainostuloista riippuvaiset lehdet eivät ole pysyneet uudenlaisten sähköisten mainostuotteiden kehityksen mukana, ja journalismin kriisiä voidaan mielestäni kuvata myös mainonnan kriisiksi lehtien näkökulmasta. Mainos- ja tilaajatuotoilla elävät lehtitalot eivät ole kyenneet hyödyntämään internetin tarjoamia kaupallisia mahdollisuuksia riittävästi, ja samaan aikaan laadukkaalla journalistisella sisällöllä aikaisemmin myyty mainostila on vaihtanut muotoaan verkkoon. Näiden seikkojen johdosta yhdistän myös mainostuottojen laskun ja mainonnan muutokset luonnolliseksi osaksi journalismin suurta muutosta. Myös useiden suomalaisten sanomalehtien siirtyminen tabloid kokoon rohkaisee tai kannustaa mielestäni mainostajia suuntaamaan markkinointia entistä voimakkaammin verkon puolelle. Toisin sanoen myös lehtien palstatilan pieneneminen ja formaatin muutokset edesauttavat näkemykseni mukaan siirtymää kohti sähköistä mainontaa. Tärkeänä ja huomionarvoisena seikkana onkin, kuinka sanomalehdet osaavat hyödyntää niille elintärkeiden mainoseurojen siirtymää verkkoon.

Mainostulojen suurta merkitystä osana mediatalojen tulovirtoja kuvaa mainiosti sähköisen markkinoinnin voimakas yleistyminen, ja lehtien vahva panostaminen internetissä tapahtuvaan ilmoitusmyyntiin. Esimerkiksi Yhdysvalloissa päivittäin ilmestyvien sanomalehtien painetun ja sähköisen puolen mainonnasta saatavat tulot muodostavat yksin 58 prosenttia koko uutisliiketoiminta-alan kokonaistuloista. (Mitchell & Page 2014, 6.) Toisin sanoen markkinoinnilla on tilaajatuottoihin verrattuna valtaosa osuus varoista, joilla mediatalot puolestaan rahoittavat omaa päivittäistä toimintaansa ja journalistisen sisällöntuottamista.

Tyypillinen esimerkki tavasta, jolla sanomalehdet kaupallistavat verkkosivujaan, on tähän saakka ollut verkkosivuille myytävä mainosjuliste, eli banneri. (kts. kuva 1.) Bannerimainonta on käytännössä lehden verkkopalvelun sivulle sijoitettu kuva, jota klikkaamalla lukija tai mainostajan näkökulmasta potentiaalinen asiakas siirtyy mainokseen liitetyle verkkosivulle selaimessaan. Näen itse bannerimainonnan suurimpana ongelmana sen yksipuolisuuden. Myös mainostilan liioiteltu myyminen verkkosivulle heikentää mielestäni merkittävästi lehden verkkopalveluiden uskottavuutta, sillä journalistinen sisältö voi helposti jäädä suurten visuaalisten mainosten ja ilmoitusten jalkoihin.

Tässä Suomen katsotuimmat

MercedesBenz ML
63 AMG, suomiauto,
huippuväri, AMG
Performance paketti, MB
takuu!

MERCEDES BENZ E
137500 km
16000 €

oikotie.fi
AUTOT

Maanantai 28. huhtikuuta 2014 vko 18 | Asiakaspalvelu | Tilaa lehti | Jätä ilmoitus | Digilehti | Mobiili | HAE

Kotka klo 12.00
+16

Kymen Sanomat

ETUSIVU | ASIAKASPALVELU | ILMOITTAJA | OSALLISTU | KOULUT | YHTEYSTIEDOT | MILJOONAMARKKINAT

Etusivu | Uutiset | Mielipide | Kulttuuri | Tulospörssi | Tänään | Laivalista | Lentokoneet | Sää | Nettikamera | Verotiedot 2012

KUVA 1. Kuvankaappaus Kymen Sanomien etusivulta. (Kymen Sanomat, viitattu 28.04.2014.)

Yhdysvalloissa useat lehtitalot ovat alkaneet hyödyntää verkon tuomia mahdollisuuksia uusin ja erilaisin tavoin. Bannerimainonnan ohella lehdissä on kokeiltu verkkosivujen laajempaa ja monipuolisempaa kaupallistamista, tarjoamalla sivujen kautta uudentyyppisiä sähköisiä palveluita. Lehtien verkkosivuja, ja niiden tarjoamaa ilmoitustilaa, on kaupallistettu sekä monipuolistettu uudella tavalla, joka ei ole suoraan sidottu lehden verkkosivun uutistarjontaan. Jotkin lehdet ovat esimerkiksi alkaneet tarjota kaupallisia paino- ja toimituspalveluja. Myös lipputulojen keräämistä tapahtumien isännöinnin kautta on kokeiltu. Esimerkiksi New York Times järjesti vuonna 2013 kuusitoista erilaista kaupallista tapahtumaa. (Mitchell & Page 2014, 13.)

Jotkin yhdysvaltalaislehdet ovat alkanet myös tarjota sähköisiä markkinointipalveluja ja muodostaneet markkinointiverkostoja, omaksumalla välittäjän roolin mainosmyynnissä. Lehtien perinteisesti vahva asema ja asiakasverkot omilla julkaisualueillaan ovat tarjonneet lupaavia edellytyksiä laajentaa liiketoimintaa markkinoinnin alalle. (Mitchell & Page 2014, 14.) Toisin sanoen nämä lehdet ovat hyödyntäneet jo olemassa olevia asiakassuhteitaan ja laajentaneet verkostojensa ja asemansa kautta omaa liiketoimintaansa vastaamaan sähköisen mainosalan kasvuun ja mahdollisuuksiin.

Mielestäni yhdysvaltalainen malli ei ole välttämättä sellaisenaan sovellettavissa Suomeen, mutta uudenlaisten palvelujen ja tapojen kehittäminen kielii voimakkaasti mediatalojen tarpeesta paikata painetun mainonnan menetetyjä tulovirtoja, tutkimalla ennakkoluulottomasti uudenlaisia vaihtoehtoja. Yhdysvaltojen mediaa voidaan mielestäni kutsua eräänlaiseksi suureksi koekentäksi, jonka keräämistä kokemuksista voidaan ottaa mallia myös muualla maailmassa.

4 VERKKOTOIMITUKSEN HAASTEET KYMEN SANOMISSA

Kymen Sanomat on Etelä-Kymenlaakson maakuntalehti. Se toimii alueensa suurimpana ja lue-
tuimpana uutismediana. Lehden omistaa Sanoma Lehtimedia Oy, jonka omistaa Sanoma kon-
serni. Kymen Sanomat ilmestyy poikkeustapauksia lukuun ottamatta seitsemänä päivänä viikos-
sa, ympäri vuoden.

Painetun lehden rinnalla toimii Kymensanomat.fi verkkouutispalvelu, johon tutkimukseni keskittyy.
Verkkouutispalvelun rinnalla maksaville verkkokäyttäjille tai tilaaja-asiakkaille tarjotaan myös digi-
taalisia mobiiliversiota painetusta lehdestä. Kymen Sanomien painetun lehden arkiviikon levikki
on vuoden 2013 levikintarkastuksen mukaan noin 19 200. Kymensanomat.fi verkkopalvelun kes-
kimääräinen viikottainen kävijämäärä vuonna 2014 on noin 40 000 (Kymen Sanomien verkkotilas-
to, 25.03.2014).

Verkkopalvelua tehdään normaalin toimitustyön ohella, Kotkassa sijaitsevasta toimituksesta kä-
sin. Paikalla on erikseen verkkotoimittamiseen erikoistunut online toimittaja, jonka työnkuvaan
kuuluu toimittajilta tilattujen lyhyiden verkkouutisten muokkaaminen ja julkaiseminen. Lisäksi onli-
ne toimittaja luo verkkoon sisältöä itsenäisesti. Verkkotoimittaja työskentelee päivävuoron rajois-
sa, noin iltapäiväkolmeen saakka. Tämän jälkeen vastuu verkkopalvelun päivittämisestä siirtyy
iltavuorossa olevalle toimittajalle.

Viikonloppuisin verkkovastuu on kokonaan vuorossa olevalla viikonlopputoimittajalla. Vuorossa
olevan toimittajan työtehtäviin kuuluu verkkouutispalvelun pitäminen ajan tasalla omien työtehti-
ensä ohella. Verkkotoimittajan tehtävän on myös seurata aktiivisesti alueen uutis- ja tapahtuma-
tarjontaa, ja päivittää verkkoa itsenäisesti aina tilanteen niin vaatiessa.

Koska Kymen Sanomat on maakuntalehti, sen verkkopalvelun eräs tärkeimmistä uutiskriteereistä
on toimitustyön kannalta paikallisuus. Verkkopalveluun pyritään aina ensisijaisesti poimimaan
lukijakuntaa kiinnostavaa paikallista, ja maakuntasolla kiinnostavaa sisältöä. Myös STT:n uutis-
palvelu on liitetty osaksi käytössä olevaa Doris toimitusjärjestelmää.

Osa verkkopalveluun menevästä sisällöstä ajastetaan ennakkoon, jolloin verkkopalvelun sisältö heijastelee ajallisesti kyseisen päivän painetussa lehdessä olevia aiheita ja uutisia. Myös vuorossa oleva uutistuottaja tukee tarvittaessa verkkotoimittajan työskentelyä, erityisesti tilanteissa joissa vuorossa olevalla toimittajalla on muita työtehtäviä painettuun lehteen menevän sisällön suhteen.

Verkon tarjoamat mahdollisuudet tiedostetaan toimituksessa hyvin, mutta sen täysipainoinen hyödyntäminen ei kaikilta osin toteudu. Painetun lehden rooli nähtiin kyselyiden tuloksissa selkeästi syvempänä ja verkkoa huomattavasti enemmän asioita ja aiheita taustoittavana mediana.

Verkkolehden käyttäminen sisäänheittokanavana painetun lehden puolelle näyttää tutkimukseni valossa olevan Kymen Sanomien nykyisenmallisen verkkopalvelun yksi päätarkoituksista. Erityisesti lyhyillä, noin 900 merkin mittaisilla verkkouutisilla pyritään houkuttamaan lukijoita painetun lehden tarjoaman runsaamman sisällön äärelle. Kaikki kyselyyni vastanneet olivat verkkopalvelun nykyisiin juttumittoihin tyytyväisiä. Vastausten perusteella nykyisenkaltaisiin lyhyisiin verkkouutisiin ei kaivata suurempia merkkimääriä ennen suunnitellun maksumuurin käyttöönottoa.

Uutistuottaja Marja Luumi-Laasosen mukaan verkkopalvelun tarkoituksena on tukea painettua lehteä, mutta samalla kehittyä jatkossa yhä enemmän omaksi tuloja tuottavaksi kokonaisuudekseen.

Monet vastaajista näkivät verkkouutispalvelun erityisesti nopeana paikallisia ja kiinnostavia uutisia tuottavana välineenä. Verkon rooli yhteydenpitokanavana lukijoihin nousi kyselyni kautta myös esiin. Verkosta toivottiin vastausten yleisen linjan perusteella kaikille lukijoille suunnattua kokonaisuutta. Toisin sanoen verkkoa ei tarkoitushakuisesti suunnata vain tietotekniikkaa aktiivisesti käyttävälle nuoremmalle ikäluokalle.

4.1 Voimavarojen niukkuus ja tekniikka hidastavat verkkopalvelun toimintaa

Sähköpostikyselyiden kautta verkkopalvelun ja painetun lehden välisen yhteistoiminnan keskeisiksi ongelmiksi tai epäkohdiksi nousivat erityisesti verkkolehden perustavaa laatua oleva luonne-ero painettuun lehteen verrattuna sekä verkkosisällön ja painetun uutisisällön välinen kilpailu julkaisuaikataulusta. Lisäksi verkkopalvelun ylläpitäminen nykymuodossaan nykyisillä voimavaroilla koettiin osaltaan haasteeksi. Erityisesti verkkopalvelun laajentaminen tai muuttaminen

maksulliseksi, vaatisi tutkimukseni valossa onnistuakseen huomattavia lisäresursseja. Käytössä oleva työvoima luo omat kehityksenä verkkopalvelun mahdollisuuksille. Sähköpostikyselyssäni kävi ilmi, ettei yksi osa-aikainen toimittaja riitä aina takaamaan riittävän moipuolista ja laadukasta verkkouutispalvelua. (Karppinen, sähköpostihaastattelu 28.03.2014.)

Verkkotoimittaja Johanna Vehkaluoto nosti toisaalta esiin verkkotoimittamiseen kuluvan työajan ja vastuun keskittämisen edut. Hänen mukaansa yhden verkkoon keskittyneen henkilön on yksinkertaisempaa hallinnoida ja ylläpitää uutispalvelua. Toisaalta Vehkaluoto myöntää verkon parissa kuluvan työmäärän suureksi.

Toisin sanoen verkkopalvelun ylläpito vaatii vähintään yhden vuorossa olevan toimittajan lähes koko huomion. Lisäksi Vehkaluoto arvioi, ettei yhdellä verkkotoimittajalla kyettäisi ylläpitämään palvelutasoa, mikäli lehti siirtyy tulevaisuudessa käyttämään maksumuuria verkkopalvelussaan.

Hannele Karppinen otti vastauksissaan erityisesti kantaa verkkotoimittamisen voimavarojen niukkuuteen ja verkkopalvelun laatuun sekä tarkoitukseen. Lisäksi toisinaan hitaat tekniset ratkaisut, ja Sale digital -verkkouutistyyökalun hitaus aiheuttavat selkeästi ongelmia verkkotoimittajille.

Myös uutistoimittaja Anna Lindholmin mukaan palvelutason parantaminen nykytilanteesta vaatisi nykyistä enemmän verkkoa tekeviä työntekijöitä.

Uutistuottaja Marja Luumi-Laasosen näkemyksen mukaan yksi kerrallaan vuorossa oleva verkkotoimittaja riittää nykyiselle palvelutasolle.

Kyselyiden pohjalta selvisi, ettei kymensanomat.fi palvelua nähdä itsenäisenä uutiskanavana, vaan painetun lehden rinnalla toimivana lisäpalveluna. Palvelun rooli nähdään toisin sanoen paikallisena, tärkeänä ja reaaliaikaista sekä nopeaa uutisointia tarjoavana kanavana, muttei suoranaishana omana medianaan. (Karppinen, sähköpostihaastattelu 28.3.2014.)

Käytössä olevat verkkotoimitusprosessit ovat tyypillinen esimerkki useiden lehtitalojen harjoittamasta versioinnista. Verkkoon menevien uutisten kohdalla alkuperäisen haastattelumateriaalin työstäminen rajoittuu pääasiassa seuraavan päivän lehteen menevään sisältöön. Painettuun versioon menevästä materiaalista pyritään vasta tämän jälkeen versioimaan verkkoon sopiva ja lyhyt uutispätkä.

Uutistuottaja Marja Luumi-Laasosen mukaan verkkopalvelun ja painetun lehden välistä yhteyttä kehitetään jatkuvasti. Lisäksi Kymen Sanomat on verkkopalvelun osalta siirtymässä tulevaisuudessa maksumuurin käyttöön, mikä avaisi omalta osaltaan mahdollisuuksia kehittää verkkopalvelun muotoa maksullisempaan suuntaan.

4.2 Verkkopalvelun laatu vaihtelee

Sähköpostikyselyni perusteella puolet neljästä vastaajasta kuvasivat Kymen Sanomien verkkopalvelun laatua, ja sen yhteistoimintaa painetun lehden kanssa vaihtelevaksi. Kummankin verkkotoimittajan mielestä verkkopalvelun osalta on parantamisen varaa.

Työnjohtotehtävissä, ja uutistoimituksessa työskentelevät olivat kohtalaisen tyytyväisiä verkkopalvelun nykytilaan. Kaikkia vastauksia yhdisti kuitenkin selkeä tarve kehittää verkkopalvelua nykyisestä tilanteesta.

Verkkotoimittaja Hannele Karppisen mukaan verkkouutispalvelun laatu vaihtelee aika ajoin, eikä yhdellä kerrallaan vuorossa olevalla verkkotoimittajalla välttämättä kyetä saavuttamaan palvelulle osoitettuja tavoitteita. Hänen mukaansa nykyinen tilanne ei kaikilta osin vastaa näkemystä hyvin toimivasta verkkopalvelusta. Lisäksi Karppinen korostaa, ettei yksi osa-aikaisesti verkkoa muun työn ohella tekevä toimittaja pysty muiden työtehtäviensä ohella keskittymään verkkopalvelun ylläpitoon riittävästi.

Verkkopalvelun vahvuuksiksi puolestaan nähtiin sen nopean vasteaika sekä verkolle tyypillisen reaaliaikaisen uutisoinnin mahdollisuudet. Lisäksi vahvana puolena nähtiin verkon tarjoama uutisten välinen linkitysmahdollisuus. Verkossa sijaitsevia artikkeleita on mahdollista linkittää keskenään, ja näin luoda selkeä ajallinen yhteys uutisaiheiden välille.

Kyselystäni nousi esiin myös tutkielmani tietoperustassa mainittu verkkolehden ja painetun lehden välinen kilpailuilmio. Verkkopalvelun ja painetun lehden välille syntyy toisinaan kilpailuasetelma, jossa journalistisen sisällön julkaisuajankohdat kääntyvät vastakkain. Verkon rooli nopeana tiedonväittäjänä joutuu vastakkain painetussa lehdessä seuraavana päivänä ilmestyvän uutisen kanssa. (Vehkaluoto, sähköpostihaastattelu 31.03.2014.)

Myös nykyisissä verkkotoimittamiskäytännöissä ilmeni kyselyni perusteella parantamisen varaa. Anna Lindholmin mukaan verkkoon menevien lyhyiden uutispätkien tekeminen tuntuu toisinaan käytössä olevien aikataulujen osalta turhautavalta. Toisin sanoen painettuun lehteen menevän sisällön irroittaminen verkkoa varten nykyisellä henkilöstöllä ja työkuormalla nähdään toisinaan ongelmallisena.

4.3 Verkon ominaisuuksia säästellään

Kyselyni verkon ja painetun lehden välistä suhdetta koskevassa osiossa esiin nousi erityisesti internetin julkaisualustana tuomien mahdollisuuksien monipuolisuus, sekä tarve eriyttää painettua lehteä ja verkkopalvelua enemmän omiksi kokonaisuuksiksiin. Internetin tuomat mahdollisuudet tiedostettiin mielestäni kohtalaisen hyvin. Haastatteleman toimituskunta oli hyvin perillä verkon tarjoamista mahdollisuuksista, mutta samaan aikaan varovainen ottamaan kantaa toimenpiteisiin joilla verkkopalvelun laatua voisi nykytilasta parantaa.

Vuorossa oleva verkkotoimittaja laatii päivittäin listat verkkoon menevistä omaa tuotantoa olevista uutisista. Ilta- tai viikonloppuvuorossa oleva toimittaja saa käyttöönsä siis eräänlaisen päivälistan, joka helpottaa verkkouutispalvelun päivittämistä. Tämä menetelmä sai kyselyssäni kiitosta uutistoimituksessa työskentelevältä Anna Lindholmilta.

Marja Luumi-Laasosen mukaan painettu lehti ja verkkopalvelu toimivat toisiaan tukevinä kokonaisuuksina, mutta niitä pyritään tarkoituksella eriyttämään toisistaan. Verkkouutispalveluun voidaan luoda täysin omaa ja itsenäistä sisältöä, ja painetussa lehdessä voidaan keskittyä kirjoittamaan aiheista erilaisista näkökulmista. Luumi-Laasosen mukaan verkkopalvelun kautta voidaan myös ohjata lukijoita tutustumaan uutiseen liittyvään materiaalin syvemmin painetun lehden puolella.

Kymen Sanomien verkkopalvelussa käytetään usein painetun lehden puolelle ohjaavia mainoslauseita. Hannele Karppinen kehottaa vastauksissaan varovaisuuteen verkossa käytettävien mainoslauseiden suhteen. Hänen mukaansa verkkouutispalveluun menevät mainoslauseet tulisi tehdä hienovaraisesti, ettei painetun lehden tueksi tarkoitettu toimenpide käänny itseään vastaan ja ala ärsyttää verkkolukijoita.

Johanna Vehkaluodon mukaan verkkoa hyödynnetään tällä hetkellä myös esimerkiksi lukijakokemusten keräämiseen painettuun lehteen menevän sisällön tukemiseksi. Vehkaluoto uskoo nykyisen, vahvasti painettua lehteä painottavan tyylin muuttuvan maksumuurin tullessa tulevaisuudessa käyttöön.

Anna Lindholm on puolestaan havainnut lehden ja verkkouutispalvelun välillä selkeän suunnan, jossa journalistisen sisällön mainostaminen liikkuu etenkin verkon puolelta painettua lehteä kohti. Lindholm nostaa esiin mahdollisuuden toimia myös päinvastoin, jolloin verkkouutispalvelun sisältöä nostettaisi esiin nykyistä aktiivisemmin painetun lehden puolella. Toisin sanoen lukijoita voitaisiin rohkaista painetun lehden kautta tutustumaan myös verkkouutispalvelun tarjontaan.

4.4 Omakohtaisia havaintoja toimituksesta

Työskentelin Kymen Sanomien uutistoimittaja tammi- ja helmikuun 2014. Ensimmäisen määräaikaisen työsuhteeni jälkeen jatkoin tarvittaessa työhön tulevana uutistoimittaja maalisi- ja huhtikuun ajan. Työjaksojeni aikana tein myös omakohtaisia havaintoja erityisesti verkkotoimittamiseen liittyvistä menetelmistä ja työskentelytavoista. Työskentelyyni toimituksessa liittyi normaalin vuorokierron mukaisesti työskentelyä myös iltaisin ja viikonloppuisin verkosta vastaavana toimittajana. Toisin sanoen minulle kertyi myös omien kokemusteni kautta henkilökohtaisia kokemuksia, joita hyödynnän myös tutkimukseni havaintopohjan luomisessa.

Havaintojeni mukaan suurin haaste verkkopalvelun pitämisessä paikallisena ja elävänä uutiskanavana, liittyy voimakkaasti levikkialueen vaihtelevaan uutiskriteerit rikkovien tapahtumien tai sattumusten määrään. Ihanteellisessa tilanteessa verkkopalvelu tarjoaa ikkunan levikkialueen ajankohtaiseen uutistarjontaan. Hiljaisina uutispäivinä joudutaan kuitenkin lähes poikkeuksetta turvautumaan Suomen Tietotoimiston tarjoamiin uutisiin tai sähköisiin. Lisäksi uutisia joudutaan usein luomaan ihmisiä kiinnostavista yleisistä aiheista, kuten säätilasta tai muista tyyppillisesti vähemmän klassisiin uutiskriteereihin mahtuvista aiheista.

Verkon tyyppilliset ominaisuudet voivat toimia hiljaisina uutispäivinä myös itseään vastaan ja pakkotaan vuorossa olevan verkkotoimittajan luomaan verkkoon uutisia, joita ei normaalien uutiskriteerien tai kiinnostavuuden vuoksi nostettaisi normaaleissa olosuhteissa esiin. Verkon tehtävä nopeana ja paikallisena kanavana voi siis tietyissä olosuhteissa asettaa toimittajan tilan-

teeseen, jossa hän uhraa uutisiin liittyvää laatua, jotta verkkopalvelun sisältö vaikuttaa tuoreelta ja ajantasaiselta.

Kiinnitin myös usein huomiota Hannele Karppisen esiintuomaan verkkouutistyökalun hitauteen ja ajoittaseen toimimattomuuteen. Erityisesti nuoren toimittajan näkökulmasta Sale digital-julkaisujärjestelmä vaikutti ajoittain epäluotettavalta ja hitaalta.

Verkkojulkaisujärjestelmän hitaus on kokemusteni mukaan omiaan hidastamaan ja suorastaan vaikeuttamaan vuorossa olevan verkkotoimittajan työskentelyä. Erityisesti Kymensanomat.fi etusivun pitäminen ajan tasalla, sivun yläosaan nostettujen uutisten järjestyksen muokkaaminen ja julkaistun sisällön moderointi toimivat aika-ajoin erittäin hitaasti.

Myös verkkopalvelun pitäminen ajan tasalla yhden osa-aikaisen verkkotoimittajan voimin aiheuttaa mielestäni laadullisia ongelmia verkkopalvelun sisällölle. Ilta- tai viikonloppuvuorossa oleva toimittaja hoitaa verkkopalvelun ylläpitoa muiden työtehtäviensä ohella, eikä verkkotoimittamiselle jää usein mielestäni riittävästi aikaa. Myöskään uutisten ajastaminen ei ole mielestäni ratkaisu verkkouutispalvelun pitämiseksi ajan tasalla juttukeikkojen ja toimituksesta poissa vietetyn ajan korvaamiseksi. Tämä on selkeässä ristiriidassa verkolle luonteenomaisen nopeuden ja reaaliaikaisuuden kanssa. Mielestäni verkkopalvelu ei iltaisin ja viikonloppuisin yllä sille asetettuihin tavoitteisiin pelkästään yhden osa-aikaisen verkkotoimittajan työpanoksella.

Olen törmännyt myös tilanteisiin, joissa tuoreimpia uutisia ei voida verkkouutisille suunnitellun julkaisuaikataulun vuoksi julkaista verkkosivuilla. Myös omat kokemukseni tukevat siis verkko-toimittajien havaintoja painetun lehden ja verkkoon menevän sisällön välisestä uutiskilpailusta. Omat havaintoni tukevat myös jo aiemmin tekemääni huomiota painetun lehden sisällön versioimisesta verkkouutispalvelun puolelle. Toimitusresurssit on suunnattu ensisijaisesti painetun lehden tekemiseen, sillä verkkouutispalvelu ei toistaiseksi synnytä painetun lehden tavoin niin suurta taloudellista tuottoa kuin painetun lehden kautta saadut tilaaja- ja ilmoitustuotot. Tämä ohjaa näkemykseni mukaan verkkoon menevän sisällön juttumittoja, näkökulmia sekä uutiskärkiä.

Suurimpana versiointiin liittyvänä epäkohtana näen verkkopalvelun erittäin lyhyet juttumitat ja tavon, joilla toimittajat erottavat toimitusjärjestelmän kautta verkkoon menevää sisältöä leikkaa ja liitä – menetelmällä painettuun lehteen menevästä jutusta. Verkkopalveluun menevällä uutisella voi siis toisinaan olla lähes täsmälleen sama uutiskärki ja sisältö kuin painetussa lehdessä

seuraavana päivänä ilmestyvässä jutussa. Tämänkaltaisessa versioinnissa verkkouutiset toimivat ikään kuin uutisten lyhyinä versioina eivätkä suoraa tarjota lukijoille minkäänlaista sisällöllistä lisähyötyä tai ominaisuuksia.

Verkkoa hyödynnetään siis kohti painettua lehteä ohjailevana lisäpalveluna, jolla lukijoita ohjataan perehtymään sisältöön tarkemmin seuraavan tai kyseisen päivän Kymen Sanomista. Lukijoiden suoraviivainen ohjaaminen mainoslausein on mielestäni ristiriidassa verkkopalvelun perustoiminta-ajatuksen kanssa.

Reaaliaikainen ja paikallinen verkkopalvelu ei voi pelkästään ohjata lukijakuntaa kohti painettua lehteä, vaan hyvin toteutettuna se voi toimia myös omana kokonaisuutenaan, jonka kautta lukijoille tarjotaan aidosti verkon mahdollisuuksia hyödyntäviä palveluja ja uutisia.

4.5 Paikallisen uutistarjonnan niukkuus verkon näkökulmasta

Lähetin alkuperäisen sähköpostikyselyni jälkeen Kymen Sanomien kahdelle verkkotoimittajalle tarkempia kysymyksiä koskien Kymen Sanomien verkkouutispalvelun uutiskriteerejä ja verkkotoimituksen työtä ohjaavia ohjeita. Lähetin tarkentavat kysymykset ensimmäisestä kyselykierrroksesta poiketen siis vain verkkotoimittajille. Lisäksi pyysin verkkopäällikkö Tomi Tiilikaiselta tietoja verkkouutispalvelua ohjaavista kriteereistä ja toimintaohjeista, joiden toteutumista pyysin verkkotoimitusta arvioimaan. Toisin sanoen perehdyin verkkouutisoinnin taustalla vaikuttaviin linjauksiin.

Verkkopäällikkö Tiilikaisen mukaan Kymen Sanomien verkkouutispalvelun tärkeimmät prioriteetit ovat paikallisuus, nopeus, verkonomaisuus ja mahdollisuudet interaktiivisuuteen tai taustamateriaalin hyödyntämiseen.

Verkkopalvelun kriteerit nojaavat voimakkaasti paikallisuuden korostamiseen ja verkon tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämiseen. Oman Kymen Sanomissa kerätyn työkokemukseni perusteella olen havainnut, että paikallisuus ja riittävät uutiskriteerit rikkovan sisällön tarjoaminen verkossa toimivat toimituksessa kohtalaisen hyvin. Maakuntalehtien ensisijaista lukijakuntaa ovat levikkialueen asukkaat, mikä omalta osaltaan ohjaa verkossa ilmestyvien uutisten uutikärkiä ja painotuksia.

Tomi Tiilikaisen mukaan ei paikallista sisältöä käytetä verkkouutispalvelussa vain pakon edessä. Tällaisia tilanteita voivat hänen mukaansa olla uutistapahtumiltaan hiljaiset päivät tai tilanteet, joissa suuret valtakunnalliset uutiset rikkovat myös maakuntalehden uutiskynnyksen.

Verkkotoimittaja Hannele Karppisen mielestä paikallisuus kriteerinä toteutuu Kymen Sanomien verkkouutispalvelussa hyvin. Toisaalta hän näkee tarkan rajaamisen myös sisältöä rajaavana, ja uutisaiheuden niukkuutta aiheuttavana tekijänä. Karppinen näkee ongelman taustalla levikkialueen rauhallisen uutistarjonnan. Toisaalta Karppinen on tyytyväinen uutistarjonnan rajaamista ohjaaviin tekijöihin, sillä hänen arvionsa mukaan tavalliset, yleistä tasoa olevat valtakunnalliset uutiset, eivät välttämättä herättäisi levikkialueen lukijoiden kiinnostusta. Karppinen nostaa lisäksi esiin verkkopalvelun vaihtoehtoisia uutiskriteereitä, joita hänen mukaansa voisivat nykyisten lisäksi olla kiinnostavuus, merkityksellisyys, vaikuttavuus ja luotettavuus.

Verkkotoimittaja Johanna Vehkalo mukaan verkkouutispalvelua käytetään myös yhteydenpitokanavana lehden lukijoiden ja toimituksen välillä. Verkkopalvelun kautta kerätään uutisvinkkejä ja mielipiteitä verkkopalvelun käyttäjiltä. Näitä puolestaan voidaan hyödyntää painetun lehden puolelle menvän sisällön suunnittelussa ja taustoittamisessa.

Vehkalo mukaan painettu lehti tarjoaa syventävää tietoa paikallisista asioista. Verkon edut puolestaan nousevat esiin sen nopeuden kautta. Hän luonnehtii verkkoa välineeksi, jonka kautta tieto kulkee usein nopeasti, mutta pienissä osissa.

Verkkopalvelun paikallisuus on siis onnistuttu säilyttämään kohtalaisen korkealla tasolla, mutta internetuutisoinnin näkökulmasta levikkialue ei aina tarjoa riittävästi sellaista sisältöä, joka suoraan ylittäisi verkon uutiskynnyksen. Tämä puolestaan aiheuttaa jo aikaisemmin esiin nousseita pakkotilanteita, joissa verkonomaisuutta pyritään keinotekoisesti luomaan tilanteissa, joissa uutiskynnykset ei normaaleissa olosuhteissa välttämättä ylittyisi. Tämä puolestaan heikentää verkkouutispalvelun tarjonnan laatua, ja samalla heikentää verkkopalvelun tarjontaa seuraavan lukijan luottamusta verkkopalvelun laatuun.

4.6 Yhteenveto keskeisimmistä toimituksen haasteista

Tulkintani mukaan Kymen Sanomien verkko ja painettu lehti muodostavat yhdessä lukija- ja tilaajakuntaa palvelevan paikallisen kokonaisuuden, jossa kaksi viestinnän välinettä hoitavat hyvin selkeästi omien erityispiirteidensä mukaisia tehtäviä. Tutkimukseni ja keräämäni aineiston valossa Kymen Sanomien verkkopalvelu täydentää painetun lehden tarjoamaa sisältöä kohtalaisen hyvin.

Suurimmat haasteet liittyvät uutiskriteerien oikeanlaiseen hyödyntämiseen, versioinnista aiheutuviin laadullisiin vaihteluihin sekä internetin oikeankaltaiseen ja tehokkaaseen hyödyntämiseen. Lisäksi rajalliset henkilöresurssit ja tekniset järjestelmät tuottavat osaltaan ongelmia verkkouutispalvelun kanssa työskenteleville toimittajille.

Myös painetun lehden ja verkkolehden väliset välineelliset erot nousivat vastauksissa hyvin esiin. Verkkopalvelu ei aina tarjoa kaikkein ajankohtaisinta sisältöä ennaltamääriteltujen julkaisu-aikataulujen vuoksi. Vedin kyselyni tuloksista yleisen johtopäätöksen, jonka mukaan Kymen Sanomien verkkouutispalvelua tehdään painetun lehden ehdoilla. Toimitukselliset resurssit on keskitetty ensisijaisesti painetun lehden toimituksellisen sisällön tuottamiseen.

Näiden menettelytapojen vuoksi verkkopalveluun menevä sisältö pohjautuu voimakkaasti painettuun lehteen menevään sisältöön. Toisin sanoen ihmisresurssit virtaavat printtipuolelta verkkoon, ja tämä suunta itsessään ohjaa verkkouutispalveluun menevien uutisten laatua ja muotoa.

Koska verkkouutispalvelun keskeisiin sisällöllisiin ominaisuuksiin ei tutkimukseni vastausten perusteella ole ennen maksumuurin tuloa mahdollista vaikuttaa, päätin ohjata tutkimukseni suuntaa koskemaan toimituksellisia työtapoja, verkossa noudatettavia uutiskriteerejä sekä julkaisemistapoja.

Tilanteessa, jossa erityisesti taloudellinen tilanne rajoittaa verkkopalvelun kehittämismahdollisuuksia, eräänä loogisena vaihtoehtona jää työtapojen kehittäminen ja sopeuttaminen niin, että sekä verkkouutispalvelu että painettu lehti hyötyisivät jatkossa enemmän toisistaan. Tutkielmani seuraavissa kappaleissa pyrin tarjoamaan käytännöllisiä kehittämissuhteita verkkopalvelun ja painetun lehden yhteistoiminnan välille. Lisäksi käsittelen esiin nousseita haasteita osana laajempaa ja koko media-alaa koskevaa kehityskulkua.

Näen keskeisimpinä kehityshaasteina erityisesti verkkopalvelun vaihtelevan laadun, internetin tarjoamien mahdollisuuksien melko rajallisen hyödyntämisen, sekä henkilöressurssien niukkuuden. Lisäksi pyrin ratkomaan verkkouutispalvelun ja painetun lehden kesken ilmenevää sisällöllistä uutiskilpailua. Myös verkkouutispalvelussa käytettävät uutiskriteerit ohjaavat osaltaan verkossa julkaistavaa sisältöä. Tulkintani mukaan sisältöä pyritään tarjoamaan nopeasti ja verkon ehdoin. Kuitenkin verkkouutispalvelussa käytettävät uutiskriteerit ovat osittain ristiriidassa sen suhteen, kuinka verkkopalvelua toimitetaan.

Toimituksessa käytettävät työskentelytavat verkkouutispalvelun suhteen osoittautuivat toisinaan vaikeiksi noudattaa tai toteuttaa käytännössä. Erityisesti päivävuoron vaihtuminen iltavuoroon vaikuttaa hyvin voimakkaasti verkkouutispalvelun toimintaan. Yhden osa-aikaisen verkkoa päivittävän toimittajan on toisinaan haastavaa pitää verkkopalvelu ajan tasalla muiden työtehtäviensä ohella.

Lisäksi pyrin tarjoamaan ratkaisuja verkkopalvelun sisällöllisiin haasteisiin, jotta verkossa käytettävien uutiskriteerien ja ohjeistusten myötä myös verkkouutisten laatu säilyisi hyvänä. Osana verkkopalvelun laatukysymystä käsittelen myös tulevan maksumuurin käyttöönottoa edeltäviä vaihtoehtoja. Maksulliseen verkkopalveluun siirtyminen vaatii laadukasta ja verkon ehdoin toimitettua sisältöä, josta asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Tämän vuoksi nykytilanteesta ei näkemykseni mukaan voida suoraa siirtyä maksumuurin taakse ilman verkkopalvelun sisällön ja toiminnan oleellista parantamista.

5 VERKKOTOIMITUKSEN TYÖTAPOJEN KEHITTÄMINEN TOIMITUKSESSA

Tässä luvussa peilaan Kymen Sanomien verkkokäytäntöjen osalta esiin nousseita ongelmia osana laajempaa asiayhteyttä ja teoreettista tietopohjaa. Tavoitteenani on tarjota käytännönläheisiä ratkaisuehdotuksia keskeisimpiin verkkotoimittamista hidastaviin, tai sen laatua heikentäviin työprosesseihin. Toisin sanoen haen jokaisen toimittajan käyttöön sopivia ratkaisumalleja arkisessa työskentelyssä ilmeneviin ongelmiin, teorian ja käytännön kokemusten kautta. Ratkaisuehdotukseni perustuvat lisäksi sähköpostikyselyideni kautta saatujen vastausten pohjalta laadittuihin johtopäätöksiin.

5.1 Versioinnista kohti verkkojournalismia

Toimittajat näkevät usein verkkoon menevät uutiset pinnallisina ja nopeina pätkinä, joihin liittyy sähkömäisiä ominaisuuksia (Nikunen 2007, 58). Useat perinteistä painettua lehteä tekemään totuneet toimittajat eivät siis välttämättä tiedosta verkon mukanaan tuomien uudenlaisten ominaisuuksien luontevaa hyödyntämistä osana päivittäistä työtään. Myös niin kutsuttu lapiointi-ilmiö heikentää usein verkkojournalismin laatua ja monipuolisuutta.

Lapioinnin, eli sanomalehtimäisen sisällön nopeatempoinen tuottaminen verkkolehteen nopealla tahdilla voi vieraannuttaa verkkojournalismin painopisteen yleisöstä. Verkkoa halutaan hyödyntää nopeana ja jatkuvasti päivittyvänä uutiskanavana, mutta samalla sen sisällön laatuun ei panosteta. Tästä huolimatta lapiointia ilmiönä voidaan pitää kenties näkyvimpänä ja yleisimpänä tähän mennessä sovellettuna verkkojournalismin työkaluna. Lapioinnin suurimpana ongelmana voidaan pitää sen mekaanista luonnetta, jossa verkon tuomia interaktiivisia mahdollisuuksia ei hyödynnetä täysipainoisesti, vaan uutiset tehdään sanomalehtimäisessä muodossa. (Kolodzy 2006, 188.)

Verkkoon mekaanisesti lapioitavan sisällön sijaan oikeanlaiset uutiskriteerit ja yleisöä aidosti palvelevat uutiset tulisi mielestäni nostaa verkkouutispalvelun kärkitarkoitukseksi. Sisällön versioiminen painetusta lehdestä verkkoon tuo mukanaan tukun laadullisia ongelmia. Lisäksi verkkoa ei välttämättä toimituksissa arvosteta riittävästi, sen tuoman vähäisen taloudellisen hyödyn vuoksi.

Tämä puolestaan voi johtaa toimittajien välinpitämättömyyteen tai turhautuneeseen asennoitumiseen verkon käyttämisestä kohtaan, ja sen merkitykseen osana päivittäistä toimittajan työtä. Verkkopalvelun ja painetun lehden välistä yhteyttä tulee mielestäni Kymen Sanomissa eriyttää, etteivät painetun lehden toimittamisen käytännöt vuoda semmoisenaan myös verkkopalvelun puolelle, jonne ne eivät julkaisualustojen perustavaa laatua olevan luonne-eron vuoksi täysin sovellu. Tulevaisuudessa verkkouutispalvelu ja painettu lehti voisivat nykyisen asetelman sijaan toimia kahtena toisiaan tukevana, mutta täysin erilaisena välineenä. Tämän toteutuminen edellyttää mielestäni kuitenkin selkeää verkkopalvelun laadun kehittämistä, sekä siirtymävaihetta nykyisen tilanteen ja tulevaisuudessa käyttöönotettavan maksumuurin väliseksi ajaksi.

Internet on tuonut mukanaan täysin uudenlaisen näkökulman perinteisiin uutiskriteereihin. Erityisesti ajankohtaisuus ja uutisten tuoreus nousevat verkkojournalismin puolella valtavaan painoarvoon. Tutkimusten mukaan uutisia tuottavat tiedotusvälineet pitävät nimenomaan uutisten ajankohtaisuutta kaikista tärkeimpänä uutiskriteerinä. Verkko välineenä on nopeutensa vuoksi osaltaan muuttanut täysin perinteisen journalistisen käsityksen uutisten ajankohtaisuudesta. (Kolodzy 2006, 59.) Tämä puolestaan voi tulkintani mukaan johtaa uutisten ja niiden laadullisten ominaisuuksien heikentymiseen, sillä julkaisuaika muuttuu laatua oleellisemmaksi sisältöä ohjaavaksi määritteeksi. Uutiskilpailu voi pahimmillaan kääntyä itseään vastaan, mikäli nopeasti julkaistavien juttujen taustoja tai paikkaansapitävyyttä ei aikakilpailun vuoksi kyetä varmentamaan. (Kolodzy 2006, 59.)

Suomalaisissa toimituksissa verkkotoimittamiseen suhtaudutaan usein ristiriitaisesti. Sisällön versioiminen on tutkimusten kautta todettu jopa toimittajia ahdistavaksi ilmiöksi. (Nikunen 2007, 65.) Tämä ilmiö nousi esiin myös osassa Kymen Sanomissa tekemiäni sähköpostikyselyiden vastauksissa.

Toimittajien käsitystä verkkouutisten lyhyistä pituuksista selittää osaltaan myös versioinnin siirtyminen osaksi normaalia juttuun liittyvää työskentelyn kaarta. Osana jutun synnyinkaarta toimittaja kirjoittaa ensin painettuun lehteen menevän uutisen, jonka jälkeen hän versioi materiaalista sopivan ja lyhyen pätkän verkkoa varten. Verkkoon meneviä lyhyitä sähkömäisiä pätkiä on mahdollista myös päivittää jatkuvasti, jolloin verkkouutisointi saa piirteitä toimittajien normaalistikin harjoittamasta uutistyöskentelystä. (Nikunen 2007, 60.)

Tämä voi tulkintani mukaan heikentää oleellisesti toimittajan kykyä hahmottaa verkkouutisten tar-
koitusta ja verkon toimintalogiikkaa. Sisällön versioiminen jo tehdystä journalistisesta materi-
aalista ei millään tapaa kasvata toimittajan kykyä hahmottaa verkkoa omana erilaisena julka-
isukanavanaan, joka edellyttää painettuun sisältöön verrattuna erilaisia työskentelytapoja ja
uutiskriteerejä. Versioinnista tulisikin siirtyä entistä laajemmin kohti verkon ehdoin ja aikakehyksin
toimivaa verkkojournalismia. Erityisesti Kymen Sanomien joidenkin verkkoon menevien juttujen
ajastaminen seuraavalle aamulle on vahvasti ristiriidassa verkkojournalismin yleisten toimin-
takriteerien kanssa, jossa verkko kilpailee painetun lehden kanssa ajallisesti nopeampana ja rea-
aliaikaisempana julkaisualustana.

Kymen Sanomien verkkopalvelussa käytetään lyhyitä, sähkömäisiä uutispätkiä, joiden mitta
vaihtelee pääosin 600 ja 900 merkin välillä. Osana juttujen kirjoittamisprosessia toimittaja irrottaa
usein kirjoitusprosessin loppuksi painettuun lehteen menevästä sisällöstä oleelliset asiat hyvin tiivi-
issä paketissa. Tämän jälkeen niin kutsuttu uutispätkä lähetetään verkkotoimittajalle, joka tar-
kastaa sisällön ja ajastaa tai julkaisee verkkoon menevän jutun harkintansa ja suunnitellun ai-
kataulun mukaisesti. Verkkoon menevän uutisen perään lisätään usein teksti: "Lue lisää Kymen
Sanomista." Tällä tapaa verkkouutisen huomannutta yleisöä pyritään ohjaamaan maksullisen,
painetun sisällön puolelle. (kts. kuva 2.)

ETUSIVU	ASIAKASPALVELU	ILMOITTAJA	OSALLISTU
Etusivu	Uutiset	Mielipide	Kulttuuri
		Tulospörssi	Tänään

Suomenruotsalaisuus uupui Pyhtään seurakunnassa

16.4.2014 6:00

Ruotsinkielisten jäsenten määrä on tippunut Pyhtään seurakunnassa alle kaksikielisyysrajan. Kirkkohallitus on päättänyt, että Mikkelin hiippakunnan ainoa kaksikielinen seurakunta on ollut vuoden alusta lähtien ollut suomenkielinen.

Päätös yllätti niin kunnan kuin seurakunnan johdon.

— Pidin sitä aprillipilana, kun ensimmäistä kertaa kuulin, Pyhtää vt. kirkkoherra Anne Koivunen kertoo.

Aprillipila ei päätös ollut, mutta kirkkohallitus aikoo vielä tarkistaa väestötiedot. Päätöstä valmistellutta kirkkohallituksen taloussuunnittelupäällikkö Pasi Peranderiakin hämmästytti se, että ruotsinkielisten osuus kunnan väestöstä on korkeampi kuin seurakunnan.

Pyhtään kunta pysyy ylpeänä kaksikielisenä, vaikka ruotsinkielisten osuus supistuisi nykyisestä.

— Kaksikielisyys on osa pyhtääläisten identiteettiä, kunnanjohtaja Olli Nuuttila tulkitsee.H

Lue lisää päivän Kymen Sanomista.

Lue päivän tekstarit: www.kymensanomat.fi/tekstarit.

Kuva: Ari Hansen



Kommentoi Läheta Twitter

Suosittelen 7 henkilöä suosittelee tätä. Ole kavereistasi ensimmäinen.

KUVA 2. Kuvankaappaus Kymen Sanomien uutispalvelusta. (Kymen Sanomat, viitattu 16.04.2014.)

Myös niin kutsuttua klikkausten tavoittelua, jossa verkkouutisten otsikointia ja kärkeä muokataan mahdollisimman houkuttelevaksi, käytetään toisinaan myös Kymen Sanomien verkkouutispalvelun osana. Tämä voi mielestäni johtaa juttutyyppeiden samankaltaistumiseen, jonka vaarana on verkkouutisten muuttuminen sisällöltään tasapaksuksi massaksi, laadun jäädessä klikkausten kalastamisen varjoon. Verkkouutisten klikkauskeräilyn käänköpuolena on, ettei juttujen saamien klikkausten tai sivulatausten tilastollinen määrä välttämättä kerro paljoakaan itse uutisen kiinnostavuudesta tai tärkeydestä. (Nikunen 2007, 60.) Tämä voi puolestaan luoda vääränkaltaisia kuvitelmia verkkojournalismin laatua ohjaavista ominaisuuksista, kuten juttutyyppeiden otsikoinnista tai uutiskärjistä.

Suurten kävijämäärien kerääminen räväköillä otsikoilla ei siis välttämättä ilmaise lainkaan uutisen todellista uutisarvoa tai kiinnostavuutta yleisön silmissä. Mielestäni eräs klikkausten keruun taustalla vaikuttava tekijä on myös internetiä käyttävien ihmisten asennoituminen hetkessä eläviksi verkkokuluttajiksi. Nopea tiedonhaku- ja klikkauskulttuuri ruokkivat osaltaan journalismin muutosta yhä enemmän väliin, eli verkon ehdoilla toimivaan suuntaan perinteisten uutiskriteerien ja ominaisuuksien sijaan. Toisin sanoen verkko on toimittajalle hyvä työkalu, mutta huono malliesimerkki journalismin laatua ajatellen.

5.2 Siirtymävaiheen kautta laadukkaaseen verkkopalveluun

Korkea laatu, verkon ehdoilla tehtävä verkkojournalismi ja koko levikkialueen yleisöä palveleva tarjonta ovat mielestäni avainasemassa Kymen Sanomien verkkopalvelun kehittämisen kannalta.

Erityisesti entistä tarkemmin rajatut uutiskriteerit ja verkon ominaisuuksien laajempi huomioiminen osana toimitustyötä voisivat totuttaa lukijankuntaa myös tulevaisuuden maksullista verkkopalvelua varten. Erityisesti suunnitellun maksumuurin toteutuminen vaatii laadukkaasti tuotettua verkkosisältöä, josta yleisö on osaltaan valmis maksamaan.

Nuori, internetiä aktiivisesti käyttävä sukupolvi on totunut erittäin nopeaan, palvelutyyppeiden ja aina saatavilla olevaan uutistarjontaan. Niin kutsuttuja diginatiiveja kiinnostavat klassisen uutiskentteen ja juttutyypin ohella uutisten taustat ja tekijät, joita he olettavat saavansa kuluttajina myös verkon kautta. Heille verkko on perinteisen sanomalehden sijaan ensisijainen tiedonhakuväline. (Allan 2007, 2-3.)

Tämä asettaa mielestäni Kymen Sanomien nykyiset verkkotoimittamistavat ristiriitaan journalismin kuluttamisen muutosten kanssa. Internetin vallankumous on jakanut journalismia kuluttavat kansalaiset eri kerroksiin, heidän kulutus- ja välinetottumustensa mukaan, eikä nykymallilla toteutettu verkkopalvelu palvele kuin osaa potentiaalisista kuluttajista.

Markkinoilla on erityyppisiä kuluttajia, joista osa on tuttunut internetiin ensisijaisena tiedonhakuvälineenä ja osa kuuluu perinteisen painetun sanomalehden kuluttajakuntaan. Verkon maailmaan tottuneille kuluttajille lyhyiden, kohti painettua lehteä ohjaavien sisältöjen tarjoaminen on nykymallilla erittäin haastavaa. Internetin tavanomainen aktiivikäyttäjä ei ole valmis maksamaan verkon sisällöstä, mikäli vastaava palvelu on saatavilla verkon kautta maksutta.

Kevyttä, painettuun lehteen perustuvaa sisältöä on erittäin haastavaa myydä digitaalista maailmaa aktiivisesti kuluttaville ihmisille. Sen sijaan yleisön totuttaminen verkon ehdoilla tehtyyn, korkealaatuiseen sisältöön on avainasemassa, jotta erityisesti nuoria saadaan houkuteltua ammatillisesti toteutetun journalistisen sisällön maksaviksi käyttäjiksi.

Menetelmästä, jossa valmiista painetun lehden jutusta versioidaan verkkoutinen käytännössä otsikkoa muuttamalla, ja sisältöä lyhentämällä, tulisi siirtyä verkko edellä menetelmään. Verkon ominaisuudet tulisi ottaa huomioon jo jutuntekoproessin varhaisessa vaiheessa, jolloin toimittaja pyrkii jo juttukeikalla eriyttämään keräämästään sisällöstä verkkoon sopivaa materiaalia.

Erytyisesti verkkoutisen uutiskärkeä ja otsikkoa muotoiltaessa tulisi uutisaiheen uskottavuus, verkkoon sopivuus ja uutisarvo punnita tarkasti. Sama pätee mielestäni myös yksinomaan verkkoa varten luotavaan sisältöön, kuten lyhyisiin paikallisiin uutisiin esimerkiksi onnettomuuksista tai yleisesti kiinnostavista aiheista kuten säästä.

Näkemykseni mukaan verkkojournalismin ja perinteisiin uutiskriteereihin nojautuvan journalistisen sisällön välillä vallitsee valtaisa ristiriita. Verkko välineenä asettaa uutisten muodolle, julkaisu-aikatauluille ja uutiskriteereille omanlaisensa paineet. Kuitenkaan samaan aikaan ei voida luopua perinteisistä uutisen määrittävistä kriteereistä, jotta kenen tahansa luotavissa olevan verkkoinformaation ja ammatillisesti toimitetun sisällön välinen ero saadaan tuotua yleisön tietoon.

Kymen Sanomien verkkopalvelun tärkeimmät uutiskriteerit ovat paikallisuus, nopeus, verkkonormaisuus ja mahdollisuudet interaktiivisuuteen tai taustamateriaalien hyödyntämiseen (Tiilikainen, sähköpostihaastattelu 10.04.2014).

Kun näitä verkkoa koskevia uutiskriteerejä verrataan Suomen tietotoimiston julkisesti ilmoittamiin, klassisia uutiskriteerejä mukaileviin ohjeisiin, verkon ja painetun maakuntalehden väliset uutiskriteerien erot tulevat erittäin konkreettisesti esiin. STT:n tärkeimpiä uutiskriteerejä ovat uutisen merkittävyys, kiinnostavuus, yllättävyys, ajankohtaisuus ja läheisyys. (STT 2014, viitattu 16.04.2014.)

Jotta Kymen Sanomien lukijakunta saadaan houkuteltua nykyistä voimakkaammin verkkopalvelun piiriin, kahden rinnakkain toimivan välineen keskelle on luotava yhdistävä tekijä, jonka kautta niiden toisiaan täydentävä vaikutus toimii julkaisijaa ja yleisöä hyödyttävällä tavalla. Asiakkaille tulee tarjota laadukasta journalistista sisältöä, joka erottuu selkeästi painetun lehden sisällöstä, mutta noudattaa samaan aikaan laadukkaan uutisjournalismin kriteereitä. Verkon nopea ja kilpailullinen luonne ei saa nousta laatua korkeammaksi tekijäksi.

Tämän vuoksi verkossa noudatettavien uutiskriteerien tulisi olla laajalti koko toimituksen tiedossa ja osana päivittäistä työskentelyä. Verkkopalvelun laatua ja uskottavuutta tukevana tekijänä ehdotan jokaiselle toimittajalle paperisena tai sähköpostitse jaettavaa lyhyttä muistilappua verkkopalvelun uutiskriteereistä. (kts. Kuvio 1)

Verkkopalvelun avaintekijät Kymen Sanomissa
Nopeus
Verkonormaisuus
Interaktiivisuus
Taustoittaminen / vanhojen juttujen linkittäminen verkkoon

KUVIO 1. Esimerkkilista verkkouutispalvelun käyttöön.

Lisäksi korostan ratkaisussani siirtymävaiheen käyttöönottamista, jonka aikana yleisö totutetaan askel kerrallaan kohti maksullisia verkkopalveluita tarjoamalla alkuun maksutta laajempia juttukonaisuuksia verkkojournalismin ehdoin. Toisin sanoen nykyisistä lyhyistä verkkopätkistä luovutaan muutamaa kuukautta ennen suunnitellun maksumuurin toteutumista. Lisäksi verkkoon menevän materiaalin osalta aletaan huolellisesti noudattaa edellämainittuja laatukriteerejä.

Ratkaisuehdotukseni pohja-ajatuksena on siis korostaa verkkoon menevän materiaalin tuottamista nykyistä laajempaan, ja verkon tarjoamia linkitystoimintoja, kuvagalleriamahdollisuuksia ja etusivun otsikkonostotoimintoja hyödyntämällä.

Maksumuurin tuominen sellaisenaan voisi aiheuttaa merkittävää vastarintaa yleisön keskuudessa. Lisäksi nopea siirtyminen nykyisestä verkkouutispalvelusta maksumuurin taakse voisi vähentää sivuston kävijämääriä, jos ihmiset eivät tiedä, millaista vastinetta rahoille ja sisältöä maksumuurin takana tarjotaan. Toisaalta maksumuurien käyttöönotosta, ja sähköisiin palveluihin panostamisesta on maailmalla saatu lupaavia tuloksia.

Esimerkiksi Yhdysvalloissa, joissa journalismin suuren ansaintalogiikan muutoksen voidaan sanoa näkyneen kaikkein selkeimmin, maksumuurien käyttöönotto ja sähköisiin tuotteisiin ja mainontaan panostaminen ovat parantaneet sanomalehtien vuosia jatkunutta heikkoa taloudellista tilannetta. Sähköisten palveluiden käyttöönotto on kaventanut lehtien taloudellisia menetyksiä, vaikka lehtiala onkin kokonaistuottojen valossa edelleen tappiollinen. Yhdysvaltojen sanomalehtien liitto NAA:n tilastojen perusteella tulokset ovat yleisesti tappiollisia, mutta vuosi 2013 oli sanomalehdille menestyksekkäin vuoden 2006 jälkeen. Erityisesti sähköisten sanomalehtitilausten ja sähköisen mainonnan kehittäminen ovat olleet vahvassa kasvussa. Myös journalismiin liittyvien mobiilipalveluiden suhteellisesti pieni markkinaosuus kasvoi Yhdysvalloissa 77 prosenttia vuonna 2013. (Edmonds 2014, viitattu 27.04.2014.)

Yhdysvalloissa havaittiin ilmiö, jossa lehtitalot alkoivat pitkän epäröintivaiheen jälkeen siirtyä päätäväisesti maksumuurien käyttöön osana verkkopalveluitaan. Uudistusten johdosta yhdysvaltalaislehtien levikkituotot nousivat viisi prosenttia vuonna 2012, ensimmäistä kertaa sitten vuoden 2003. (Mitchell & Page 2014, 25.)

Tilastojen valossa näyttää, että yhdysvaltalaisien lehtitalojen taloudellisesti tukala tilanne on onnistuttu kääntämään vaikeiden vuosien jälkeen kasvuun, uudenlaisiin palveluihin ja tilausvaihtoehtoihin panostamalla. Yhdysvalloissa sanomalehtien digitilausten tilaajaluvut kasvoivat vuonna 2013 lähes viisikymmentä prosenttia. Myös digilehtitilauksen ja painetun sanomalehden yhdistelmätilausten suosio kasvoi 108 prosenttia. Samaan aikaan vain painettua lehteä koskevat tilaukset ja irtonumeromyynti laskivat kaksikymmentä prosenttia. (Edmonds 2014, viitattu 27.04.2014.)

Mielestäni suomalaisella mediakentällä eletään tällä hetkellä vastaavankaltaista siirtymävaihetta, jossa pitkän epäröinnin jälkeen ollaan laajalti hyväksymässä ilmeinen tarve sopeutua muuttuneeseen liiketoimintaympäristöön. Myös rohkaisevat esimerkit Yhdysvalloista todistavat mielestäni maksumuurien ja uudenlaisten maksullisten palveluiden tarpeellisuuden myös suomalaisella sanomalehtikentällä. Yhdysvalloissa uudet mallit eivät toistaiseksi ole kyenneet paikkaamaan suuren muutoksen tuomia tulonmenetyksiä, mutta kehityksen suunta on onnistuttu pitkän puolustustaistelun jälkeen kääntämään varovaiseen kasvuun. (Mitchell & Page 2014, 25.)

Toisin sanoen korkealaatuisia, ja sähköisiä julkaisualustoja hyväksikäyttävät kaupalliset toimijat ovat onnistuneet rohkeilla ratkaisuillaan parantamaan omia tulevaisuudennäkymiään, ja korjaamaan verkkovallankumouksen aiheuttamaa tilannetta. Vastaavankaltainen kehitys on mielestäni välttämätön myös suomalaisella sanomalehtikentällä. Korkealaatuisen sisällön tarjoaminen maksua vastaan on mielestäni tämän kehityksen seuraava ja välttämätön suuri askel. Painetun lehden viivytystaistelu verkkoa vastaan johtaa nykyisessä tilanteessa vain uusiin irtisanomisiin, säästötoimiin ja lehtialan kriisin syvenemiseen. Samalla lehdet ovat leikanneet omista kasvutekijöistään ja heikentäneet jo entisestään vaikeaa tilannettaan.

5.3 Pois sisäisestä uutiskilpailusta

Sähköpostikyselyni tulosten pohjalta Kymen Sanomien painetun version ja verkkouutispalvelun välillä vallitsee kilpailuasetelma. Seuraavan päivän painettuun lehteen menevistä jutuista tehtyjä lyhyitä verkkouutisia ajastetaan verkkujulkaisujärjestelmään julkaistaviksi usein seuraavana aamuna tai aamupäivänä. Hannele Karppinen kutsuu tätä ilmiötä mustasukkaisuudeksi, jossa verkkopalvelun uutisen uskotaan vievän osan painetun lehden sivuilta luettavan sisällön arvosta.

Tämä puolestaan voi johtaa verkossa kiinnostavan uutisen panttaamiseen, jolloin verkon nopea luonne joutuu painetun lehden maksullisen sisällön jalkoihin. Toisin sanoen verkkouutispalvelu kärsii painetun lehden osalta harjoitettavasta ansaintalogiikasta, jonka perusteella kiinnostavin ja laajin sisältö tarjotaan lukijoille vain maksullisesti lehden sivuilta tai painetun lehden maksullisessa näköisversioissa. Verkkopalvelu tulisi nykyisellään nähdä painettua lehteä täydentävänä, nopeana ja reaaliaikaisena kanavana, kuten monet sähköpostikyselyyni vastanneet verkkopalvelun luonteen näkivät. Journalismin murroksen valossa on kuitenkin selvää, ettei painetun lehden ansaintalogiikkaa voida sellaisenaan soveltaa verkkouutispalveluiden osalta. Painetun lehden ja

verkkouutispalvelun välinen kilpailu tai mustasukkaisuus ei kuitenkaan ole ansaintalogiikkaa koskevan ongelman ytimessä.

Sen sijaan suurimpana jarruna näyttää olevan sanomalehtitalojen pelko uskollisten tilaajien katoamisesta verkon myötä. Lehtitalot käyvät eräänlaista torjuntataistelua, jossa verkkoa pidetään usein tilaajatuottojen ja perinteisten painettujen tuotteiden vihollisena. Myös lehtitalojen pelko kehittää uudenlaisia maksullisia tuotteita on osaltaan jarruttanut verkkopalveluiden kehittämistä, ja viivästyttänyt väistämättömältä näyttävää kehityskulkua. (Tiitinen 2011, 27-28.)

Koska verkkopalvelujen kehityskulku laahaa yleisen journalismia koskevan suuren muutoksen perässä, tarvitaan rohkeita ja ennakkoluulottomia ratkaisuja lehtitalojen taloudellisen tulevaisuuden turvaamiseksi. Journalistisen sisällön panttaaminen painettua lehteä varten ei ole ratkaisuna kestäväällä pohjalla.

Kymen Sanomien omien uutiskriteerien mukaisesti eräs verkkopalvelun tärkeimpiä painopisteitä on uutispalvelun nopea luonne. Sisällön säästäminen seuraavalle päivälle sotii jo itsessään tätä linjausta vastaan. Sen lisäksi se luo mielestäni riskin, jossa hyvä ja kiinnostava uutinen voidaan hävitä jollekin toiselle tiedotusvälineelle, kuten Yleisradiolle. Tämän myötä arvokkalla työllä rakennettu uutinen voi osittain menettää uutisarvonsa.

Satoja vuosia lehdistöä ylläpitäneen perinteisen ansaintalogiikan mukaisesti lehtien mainostulojen perusajatuksena on ollut mainostajien halu herättää lukijoiden huomiota heidän tilaamansa painetun lehden kautta. Mainostulot ja ilmoitustuotot yhdessä mahdollistivat mediataloille suuret voittomarginaalit ja vakaat tulovirrat. (Jones & Salter 2012, 34-35.) Verkkovallankumouksen myötä lukijoiden ja mainostajien huomio keskittyy yhä enemmän verkkoon. Mainostajat ovat perinteisesti sijoittaneet rahaa lehden sivuille, joiden kautta ne ovat tavoitelleet maksukykyisten asiakkaiden huomiota. Tämän logiikan tärkein tekijä on ollut painetun sanomalehden laatu, josta lukijat ovat olleet valmiita maksamaan. Tämän perusteella myös verkkopalveluiden laatuun tulisi voimakkaasti panostaa, jotta mainostajat näkisivät ne houkuttelevina kanavina tavoittaa kuluttajia.

Tämä puolestaan on voimakkaasti ristiriidassa useiden lehtien harjoittamien ilmaisten verkkouutispalveluiden kanssa. Toisin sanoen verkon ongelma ei ole sen nopeus tai verkonomaisuus, vaan laadulliset epäkohdat. Yhdysvalloissa useat lehdet, jotka ovat jatkaneet täysin ilmaisen sisällön tarjoamista verkkosivuillaan, ovat jääneet taloudellisten tuottojen osalta merkittävästi jäl-

keen maksumuureihin siirtyneisin lehtiin verrattuna. Ilmaista sisältöä tarjoavien lehtien verkkoliikenne kasvaa tutkimusten mukaan merkittävää vauhtia, mutta kasvavan verkkoliikenteen hyödyttä lehden taloudelle ei ole saatu merkittävää näyttöä. (Edmonds, 2014 viitattu 27.04.2014.)

Uutisten pantaamisesta ja mustasukkaisuudesta kahden julkaisukanavan välillä tulisi Kymen Sanomissa siirtyä jo aikaisemmin mainitsemaani laadukkaaseen verkkopalvelumalliin, jossa ihmiset totutetaan laajempien ja verkon ehdoilla tehtyjen juttujen kautta kohti maksullisuutta.

5.4 Työvuorojen välinen tehokas kommunikointi tehostaa verkon toimintaa

Kymen Sanomien verkkouutispalvelua toimitetaan nykyisellään käytännössä kahdessa vuorossa. Varsinaiset verkkotoimittajat hoitavat verkkouutispalvelun ylläpidon iltapäiväkolmeen saakka. Tämän jälkeen ilta- tai viikonloppuvuorolainen ottaa kantaakseen verkkovastuun.

Tämä työtehtävien laajentaminen on tyypiesimerkki tietotekniikan ja verkkojournalismin tuomasta muutoksesta toimitusten ja toimittajien työskentelytapoihin. Nykytoimittajalta vaaditaan kirjoittamisen ja perinteisen toimittajantyön ohella monipuolisia verkkojulkaisu- ja multimediataitoja (Fulton 2008, 9).

Nykytilanteessa päivävuorossa ollut verkkotoimittaja jättää vuoroa jatkavalle, osa-aikaiselle, verkkotoimittajalle listat verkkoon tulevista ja jo ajastetuista jutuista. Mielestäni tämä rikkoo osaltaan verkkovastuun ottaneen toimittajan ja verkkoon meneviä juttuja toimittavien toimittajien välistä yhteydenpitoa.

Tämä puolestaan vaikeuttaa verkkopalvelun ylläpitoa, sillä verkkovastuussa olevan toimittajan tilannekuva juttujen edistymisestä tai valmistumisaikataulusta ei aina ole ajantasainen. Lisäksi iltapäivällä ja illalla tulevat verkkouutiset julkaisee monesti kirjoittava toimittaja eikä verkosta virallisesti vastuussa oleva toimittaja. Toisin sanoen vuorossa olevalla toimittajalla on verkkovastuu ja työkalut joilla muokata ja päivittää verkkoon menevää sisältöä, mutta häneltä puuttuu ajantasainen kuva koko verkkouutispalvelun tilanteesta. Päivävuorossa käytettävän keskitetyn verkkojulkaisun poissulkeminen iltavuorossa heikentää siis verkkovuorolaisen kykyä pysyä ajan tasalla verkkopalvelun liikkeistä.

Esimerkiksi verkkouutisiin menevien juttujen kuvat jäävät nykyisellään toisinaan puuttumaan. Lisäksi vuorossa oleva iltatoimittaja ei välttämättä tiedä mitään listattujen juttujen etenemisestä tai tilanteesta. Toisin sanoen normaalisti päivävuorossa käytettävä työprosessi rikkoutuu täysin, työvuorojen vaihtuessa. Näkemykseni mukaan nykykäytännön ohelle tulisi luoda tehokas yhteydenpitoaikataulu iltaisin juttuja kirjoittavien toimittajien ja verkkovuorossa olevan iltatoimittajan välille.

Yksinkertaisimmillaan muutosehdotukseni voisi tarkoittaa sähköpostin lähettämistä tai lyhyttä puhelinsoittoa iltatoimittajalle verkkouutispalveluun menevän jutun valmistumisesta. Toinen tehokas väline olisi mielestäni jokaisen toimittajan työpisteelle tehtävä muistutuslista, jossa kerrotaan verkkoon menevien juttujen julkaisun oleelliset asiat. Alhaalla on esimerkki listasta, jonka käyttöönottoa suosittelen Kymen Sanomille. (Kts. kuvio 2.)

Verkkoon menevän jutun julkaiseminen ilta- tai välivuorossa
1. Tarkista, että juttu on oikean mittainen (noin. 600-900 merkkiä).
2. Onko otsikko verkkoon sopiva?
3. Hae juttuun liittyvä kuva Doris järjestelmän omat kuvat tänään – osastolta. Lisää seuraavaksi kuva Sale Digitalin tiedostot – osioon tai välitä kuva tai kuvan tiedot verkkotoimittajalle.
4. Lisää lopuksi Doriksessa juttuun “lue lisää Kymen Sanomista” – huomautus.
5. Ilmoita vuorossa olevalle verkkotoimittajalle jutun julkaisemista.
6. Verkkotoimittajan tiedot näet Jobs ohjelman pääikkunasta.
7. Ajasta tai julkaise juttu sovitun aikataulun mukaisesti.

KUVIO 2. Esimerkkilista 2 verkkouutispalvelun käyttöön.

Yksinkertaisen muistilistan kautta jo tällä hetkellä noudatettaviin työtapoihin lisätään yksinkertainen tarkistuslistamainen elementti, joka varmistaa, ettei verkkoon julkaista kuvattomia, tai verkon logiikkaa noudattamattomalla otsikolla juttua. Lisäksi vuorossa oleva verkkotoimittaja tietää kulloinkin valmistumassa olevien verkkojuttujen tilanteen.

Eräs, myös sähköpostikyselyni eräästä vastauksesta ilmennyt, ratkaisumalli verkkolehden niukoihin henkilöresursseihin voisi mielestäni olla Sanoma Lehtimedia Oy:n maakuntalehtien yhteinen online-toimittaja. Samaan konserniin kuuluvat myös Kouvolan Sanomat, Lappeenrannassa julkaistava Etelä-Saimaa ja Imatralla julkaistava Uutisvuoksi. Erityisesti Kouvolan Sanomien ja Kymen Sanomien yhteistyötä verkkouutispalvelussa voisi näkemykseni mukaan kasvattaa nykyisestään.

Jo tällä hetkellä Kymen Sanomien iltavuorosta vastaava uutistuottaja eli työvuoron esimies työskentelee Kouvolassa, jonka kautta työvuoron aikana syntyvät esimieskontaktit tehdään. Vuorossa oleva uutistuottaja avustaa jo nykyisellään toisinaan vuorossa olevaa iltatoimittajaa, mikäli toimittaja joutuu poistumaan toimituksesta juttukeikoille tai muille työasioille.

Mielestäni tätä käytäntöä tulisi jalostaa pidemmälle, ja ottaa käyttöön Sanoma Lehtimedian maakuntalehtien ilta- ja viikonloppuvuorojen yhteinen online toimittaja. Tämä takaisi verkkouutispalvelun nykyistä sujuvamman päivittymisen ja toiminnan suhteellisen pienellä taloudellisella panostuksella.

Tutkimukseni ja laatimieni kehittämismallien perusteella Kymen Sanomien verkkopalvelun keskeisiin ongelmiin voidaan siis vaikuttaa suhteellisin pienin taloudellisin panostuksin ja työtapojen muutoksin. Nykytilanteesta voitolliseen ja laadukkaaseen verkkopalveluun siirtyminen vaatii kuitenkin rohkeita taloudellisia panostuksia, jotta lehden tulevaisuus ja sen tarjoaman sisällön saattaminen nykyaikaa vastaavalle tasolle saadaan turvattua. Toimituksen keskeiset ongelmat osoittautuivat lopulta melko tyypillisiksi ja arkisiksi, mutta kytkeytyivät selkeästi osaksi suurempaa journalismin kehityskulkua. Tutkimukseni tarjosi siis eräänlaisen pintaraapaisun ja tulkinnan siitä, kuinka journalismin suuri muutos konkretisoituu myös maakuntalehtien toimitusten arkeen ja niiden tuottamien palveluiden tilaan.

6 POHDINTAA

6.1 Ammatillinen kehittyminen tutkimusprosessin kautta

Tutkimukseni eräs päätavoitteista oli perehtyä journalismin suuren muutoksen keskeisiin ilmenemismuotoihin ja tuoda näitä kansainvälisellä lehdistökentällä ilmenneitä haasteita esiin suomalaisen maakuntalehden toimituksen arjen kautta. Tutkimukseni kautta halusin siis myös osoittaa, että suomalaisissa toimituksissa koettuja haasteita ja kasvukipuja podetaan yhtä lailla mediataloissa ympäri maailmaa. Tutkimukseni tulokset osoittavat selkeästi, etteivät suomalaiset sanomalehdet voi tarrautua menneeseen, vaan menestyksekkään tulevaisuuden turvaaminen vaatii rohkeita hyppyjä tuntemattomaan. Opinnäytetyöni kytkeytyminen osaksi tätä maailmalla havaittua kehityskulkua tapahtui kuitenkin vasta tutkimusprosessin aikana.

Alkuperäinen tarkoitukseni oli selvittää yksinomaan Kymen Sanomien verkkopalvelun ja painetun lehden välisiä eroja ja laatia johtopäätösten kautta tehtyjä käytännöllisiä ratkaisuehdotuksia. Kuitenkin jo tutkimukseni varhaisessa vaiheessa käsitin, että Kymen sanomien toimituksesta havaitut ongelmat tulee käsitellä osana laajempaa tietopohjaa ja journalismin tulevaisuudennäkymiä. Toisin sanoen tutkimani aihe kytkeytyi opinnäytetyöprosessin aikana osaksi erittäin laajaa globaalia kehityskulkua, jonka yhdistin luontevaksi osaksi omassa työyhteisössäni ilmeneviä haasteita. Omien haasteiden kanssa kamppailleissa tilannetta on siis hyvä tarkastella säännöllisesti myös suuremman näkökulman kautta.

Tutkimukseni kautta saadut tulokset vastasivat kaiken kaikkiaan kohtalaisen hyvin niille asettamiini ennako-olettamuksia. Erityisesti sähköpostikyselyni kautta keräämäni tieto yhdisti toimituksen kokemat haasteet osaksi myös omaa työskentelyäni. Monet tutkimuksen aikana paljastuneet epäkohdat olivat selkeästi nähtävillä myös jokapäiväisessä toimitustyössä. Näkemykseni mukaan tilanne vaati kuitenkin keskitetyn ja selkeästi jäsennellyn tutkimuksen aiheesta. Olemassa olleet haasteet kaipasivat siis vertauskuvallisesti keinon muuntua yksien kansien sisällä luettavaan muotoon. Tämän osalta olen tyytyväinen saavuttamiini tuloksiin. Vaikka tutkimukseni näkökulma olikin tarkoin rajattu koskemaan vain Kymen Sanomien toimitusta, uskon sen vastanneen tutkimusongelman asettamiini haasteisiin hyvin. Tutkimukseni nosti esiin selkeän tarpeen kehittää lehden verkkopalvelua yleisöä nykyistä palvelevampaan muotoon. Lisäksi nostin esiin suunnitellun maksumuurin käyttöönottoon liittyvä laadullisia ja käytännöllisiä ongelmia, jotka tulisi

ratkaista ennen maksulliseen verkkouutispalveluun siirtymistä. Myös toimituksen arkisissa työskentelytavoissa ja uutiskriteerien noudattamisessa verkossa oli parantamisen varaa, ja tarjosin niihin yksinkertaisia mutta sovellettavissa olevia ratkaisuja. Lisäksi verkkopalvelun laadun analysointi ja peilaaminen yleisten verkkojournalismin laatu- ja uutiskriteerien kanssa toi esiin tarpeen korostaa ennen kaikkea verkkopalvelun laatua, nopeampaisen ja kevyen uutisoinnin sijasta. Myös verkkouutisten versioiminen painetun lehden puolelta osoittautui tutkimukseni valossa ristiriitaiseksi ja verkon toimintalogiikan vastaiseksi menettelyksi. Sisällön versioiminen kahteen eri välineeseen samoista lähtökohdista ei myöskään palvele lehden tulevaisuudensuunnitelmia maksullista verkkopalvelu. Versioinnin sijaan toimituksen tulisivin eriyttää verkkouutispalvelun ja painetun lehden toimittamisprosessit nykyistä selkeämmin toisistaan.

Väitän, ettei monissakaan toimituksissa yhdistetä verkkojournalismin myötä syntyneitä haasteita osaksi journalismin laajempaa murrosta, vaikka juuri tämän asiayhteyden sisäistäminen ja tunnustaminen olisi elintärkeää, jotta lehtialalle voitaisi etsiä uudenlaista suuntaa ja kehitystä. Haastavat ajat tulisi ennen kaikkea nähdä mahdollisuutena uudistua, ei kriisitietoisuutta ruokkivana taantumana. Mielestäni kotimaisen tilanteen peilaaminen Yhdysvaltojen lehdistön kautta tarjosi eräänlaisen laajemman katselukulman suomalaista mediakenttää huomattavasti kaupallisemman tiedotusvälinekentän keksimiin uusiin liiketoimintamalleihin. Yhdysvaltojen lehdistöä voidaan pitää suurena koekenttänä, jonka tekemisiä tulisi mielestäni seurata tarkoin myös täällä Suomessa. Amerikkalainen mediakulttuuri ja sen kulutustottumukset eroavat luonteeltaan vanhan mantereen malleista, mutta ovat osin sovellettavissa myös tänne kekseliäisyytensä vuoksi. Mielestäni yhdysvaltalaisen lehtien kokeilut rahoittaa journalistista sisältöä uudenlaisten sähköisten liiketoimintamuotojen kautta on erinomainen esimerkki tilanteesta, jossa perinteisten tapojen ei anneta asettaa liikaa rajoitteita digitaalisen ajan vaatimuksille. Näenkin, että Suomessa elämme samaa haastellista tilannetta, jonka Yhdysvaltalaiset ovat onnistuneet rohkein ratkaisuin jo osittain ratkaisemaan.

Ammatillisen kehittymiseni kannalta oman työyhteisön sisältä löytyneiden haasteiden käsitteleminen osana laajempaa ilmiötä tarjosi myös minulle uudenlaisen näkökulman koko ammattikuntaa koskettaviin ajankohtaisiin kysymyksiin. Laajan laadullisen tutkimuksen tekeminen opinnäytetyönä osoittautui antoisaksi prosessiksi, joka ilmensi loistavasti myös lähdekirjallisuudessa annettuja esimerkkejä laadullisen tutkimuksen eläväisestä luonteesta. Prosessin alkuvaiheessa kokemani epävarmuus tutkimukseni lopullisesta suunnasta ja johtopäätöksistä osoittautui tutkimukseni edetessä erittäin antoisaksi osaksi koko opinnäytetyöni synnyinprosessia.

Ihmisläheisen tiedon kerääminen omasta työyhteisöstä, ja sen muuntaminen koko toimitusta hyödyttävään muotoon osoittautui palkitsevaksi ja erittäin opettavaiseksi kokemukseksi. Myös tutkielmani hankkeistaminen oman työyhteisöni käyttöön toimi erinomaisena motivaation lähteenä. Oma työkokemukseni Kymen Sanomista tarjosi erinomaiset edellytykset perehtyä toimituksen sisältä löytyviin haasteisiin, ja tarjota niihin omaa työyhteisöäni hyödyttävää tietoa ja ratkaisuja. Eräs opinnäytetyötäni ohjannut punainen lanka olikin: ”Tee kuten itsellesi tekisit.”

6.2 Sanomalehtien kivulias muodonmuutos

Suomalaiset sanomalehdet ovat viimeisen vuosikymmenen aikana saaneet kivuliaan oppitunnin verkon tuomista muutoksista koko mediakentälle. Entiset toimintamallit ja ansaintatavat eivät nykyisessä toimintaympäristössä päde, eikä helpotusta ole näköpiirissä, ellei journalismin liiketoimintamalleja ja työskentelytapoja sopeuteta internetin tuomiin muutoksiin. Internetin tulon suhtauduttiin toimittajapiireissä alkuun skeptisesti ja epäluuloisesti. Media-alan konservatiivinen suhtautuminen uusiin välineisiin ja ympäristöihin antoi verkolle tilaisuuden hiipiä ihmisten elämään ikään kuin takaovesta, sillä välin kun perinteinen media tuudittautui vääränlaiseen turvallisuudentunteeseen tulojen ja suurten voittojen jatkumisesta ennallaan.

Ihmiset ottivat verkon ja sen tuomat tiedonvälitysmahdollisuudet huomattavasti avoimemmin vastaan, kuin lehti- ja mediatalot. Tietokoneet, älypuhelimet ja tabletit mullistivat jokaisen kansalaisen mahdollisuudet pitää yhteyttä, etsiä tietoa ja tuottaa sitä myös itse verkkomaailmaan. Myös perinteinen ja luotettavana koettu journalistinen sisältö on joutunut osittain nöyrytmään kansalaisjournalismin ja sosiaaliden median edessä. Verkkomaailman nopean luonteen vuoksi toimittaja ei enää ole perinteisessä roolissaan; tiedon vartijana ja sen välittäjänä. Yhä useammin ajantasaisinta tietoa ei välttämättä lueta lehtien sivuilta tai kuunnella radiosta, vaan uutistasoista tietoa on saatavilla yhä useammin vaihtoehtoisista ja nopeista lähteistä.

Vastaanvanlaiset tilanteet on historian valossa nähty niin radion kuin television tulon myötä, ja aina media on lopulta sopeutunut uusien välineiden tuomiin mahdollisuuksiin. Painetun median kuolinkamppailun ennustaminen ei ainakaan historian valossa ole vielä edessä, mutta vaikeat vuodet ja verkkojournalismin kasvukivut tulevat jatkumaan, kunnes myös mediakenttä kykenee ottamaan viivytystaistelussa ja laman kourissa menetetyt kehittämisen kannalta elintärkeitä vuodet takaisin.

Mielestäni ainoa tapa saattaa lehtijournalismi vastaamaan nykyajan vaatimuksia on edesauttaa sen muuttumista interaktiivisesti tietoa välittäväksi, ja kansalaisten luottamusta myös verkossa nauttivaksi tahoksi. Tämän kehityskulun keskiössä seisovat journalismin korkea laatu ja yleisöä aidosti palveleva, monimediainen sisältö. Uusiin mahdollisuuksiin tulee suhtautua uteliaaalla ja innokkalla asenteella. Kaikki mahdolliset keinot alan tulevaisuuden turvaamiseksi tulee kartoittaa ja ottaa käyttöön.

Aihetta pohdiskellessa mieleeni nousee väistämättä aito ja vilpitön hämmästys media-alan nurjaan suhtautumiseen internetiä kohtaan. Vuodet, jotka käytettiin katkeraan kamppailuun verkkovallankumousta vastaan, olisi voitu käyttää uudenlaisen journalismin ja liiketoiminnan rakentamiseen. Mainonnan ansaintalogiikan valtava muutos on kieltämättä tuonut suuren mylerryksen toimitusten ja mediatalojen keskelle. En kuitenkaan voi olla hämmästelemättä valtaisa kriisitietoisuutta, joka levisi toimituksiin erityisesti maailmanlaajuisen talouden taantumana käynnistettyä. Suuret säästökuurit ja irtisanomiset ruokkivat paniikkireaktiota entisestään. Mainonnan sekä levikin heikentyneiden näkymien taakse mentiin kuin piileskelemään, uskossa että tuleva talouden nousuhanne korjaisi journalismin liiketoimintamallissa olevat rakenteelliset ongelmat.

Laman alettua irtisanomisilla ja säästöillä yritettiin ikään kuin ylläpitää haurasta tasapainoa, kunnes paljon odotettu kasvu lopulta karkottaisi tummat pilvet koko alan yltä. Talouden taantumana sijoittuminen juuri kriittisimmille vuosille verkkojournalismin ja sanomalehtien uusien sähköisten ansaintamallien kannalta on mielestäni nykyisen journalismin kriisin suuri murhenäytelmä. Taloudellisesti vaikeat ajat antoivat siis ehkä ihanteellisen syyn leikata kuluja ja takertua entiseen, koko alaa koskevan muutoksen hyväksymisen sijaan. Rajut säästötoimet ovat olleet omiaan myös nakertamaan uskollisten työntekijöiden luottamusta ja yhteishenkeä työpaikoilla. Luovaa ja kovan aikapaineen alla tehtävää toimitustyötä ei voida tehdä jatkuvien yt-neuvottelujen ja säästöjen varjostamina.

Markku Lappalainen (2014, 5) nostaa tuoreessa Journalisti lehden kirjoituksessaan mainiosti esiin mediatalojen sisällä vallitsevan moraali- ja luottamuskadon. Hyvinä aikoina mediatalojen omistajat loivat työntekijöille kuvaa jopa perheenkaltaisesta yhteenkuuluvuudesta ja yhteishengestä. Vaikeiden taloudellisten aikojen kautta luottamus on kuitenkin särkynyt ja työntekijät ovat muuttuneet säästöpolitiikan pelinappuloiksi. Uusia kehittämishankkeita viedään eteenpäin käytännössä irtisanomisten kautta. Myös yhteistoimitusten perustamisella haetaan kustannusäästöjä irtisanomalla työntekijöitä. Journalistiliiton arvioiden mukaan alkuvuoden 2014

yt-neuvottelujen ja tutkielmani tekohetkellä käynnissä olevien neuvottelujen myötä irtisanottujen toimittajien määrä nousee lähelle sataa. Toisin sanoen jo vuosia käynnissä ollut kipuilu ja kuluurit näyttävät jatkuvan entisellään.

6.3 Yleisö- ja mainostajasuhteet kääntyivät päällelleen

Maailmassa, jossa sadat miljoonat voivat osallistua aktiivisesti tiedonvälitykseen, sen tuottamiseen ja journalismin kaltaisen sisällön luomiseen, tulee ammattimaisesti tuotetun median vallata takaisin menettämänsä asemat luotettavana ja laadukkaana tiedonvälittäjänä. Kilpajuoksu muiden medioiden ja internetissä toimivien lukemattomien tahojen kanssa ei nykyisellään ole kestävällä pohjalla.

Perinteinen yleisö muuttui tiedon vastaanottajasta aktiivisesti tietoa tuottavaksi, kriittiseksi mediakuluttajaksi. Samaan aikaan mediakenttä ei osannut luoda oikeanlaisia työtapoja ja ansaintamalleja, jotta verkon tuoma kokonaan uusi maailma olisi saatu mukaan rakentamaan tiedonvälitysalan seuraavaa suurta askelta. Tekniikka ja maailma kehittyvät hurjaa vauhtia, eikä juoksuhautoihin kaivautuminen parempien aikojen toivossa toimi nykyisessä toimintaympäristössä. Ainoa keino turvata perinteisten sanomalehtien tulevaisuus, on saattaa niiden palvelutarjonta ajan hermoille.

Eriyisesti sosiaalisen median riemuvoitto muokkasi muuttuvia mediamarkkinoita entisestään. Sosiaalinen media mahdollistaa ihanteellisessa tilanteessa yleisön joukkoistamisen osaksi jututtajentekoprosessia tai tarjoamaan esimerkiksi maanläheisiä näkökulmia päivittäiseen toimitustyöhön. Sosiaalisen median ja verkon kautta tietoa tuottaviksi yksilöiksi muuttuneilta lukijoilta voidaan tuoda lähemmäksi toimituksen arkea, ja samalla osallistaa yleisöä entistä paremmin sisällön tuottamisessa. Mielestäni joukkoistamiseen tulisi panostaa tulevina vuosina merkittävästi. Eräs näkemys toimittaja ja yleisö -suhteen muutokseen on mielestäni journalismin perinteisen roolin murentuminen ja sen tilalle syntyvien uusien vuorovaikutusten oikeankaltainen hyödyntäminen. Koska lukijat ja yleisö ovat siirtyneet verkon valtaisan informaatiotarjonnan pariin, voisi eräs uusi joukkoistamisen muoto olla jo aikaisemmin mainitsemani osallistaminen. Koska tietoa ja uutisia on tarjolla runsaasti maksutta, voisi yleisön nykyistä laajempi mukaan ottaminen luoda eräänlaisen kiintymyssuhteen lehden ja sen lukijan välille. Jos lukijoille tarjotaan heitä lähellä olevaa ja heidän toiveisiinsa vastaavaa sisältöä, voi se johtaa sanomalehtien uudenlaisen rooli muodostumiseen. Tämänkin ajatuksen taustalla on näkemys yleisöä palvelevasta laatu-

sisällöstä, jonka kautta lehdestä muodostuu lukijakunnalleen ilmaisia verkkopalveluja tärkeämpi tiedonhakanava. Toisin sanoen sanomalehden lukijakuntaansa palvelevan luonteen korostaminen voi osaltaan lääkittää tilaajakatoa ja levikin laskua. Vaikka verkosta saakin tietoa lähes rajoituksetta, voi oma paikallinen ja luotettava sanomalehti edelleen vallata takaisin asemansa ihmisten arjessa. Aktiivisella ja kantaaottavalla yleisöllä voidaan näkemykseni mukaan luoda uusi lehdelle uskollinen lukijasukupolvi, joka kokee aidosti pääsevänsä vaikuttamaan tilaamiensa palveluiden sisältöön ja tarjontaan.

Kutsuin tutkielmani aikaisemmissa osissa journalismin suurta murrosta myös mainonnan suureksi muutokseksi tai kriisiksi. Esimerkiksi Google ja Facebook ovat omilla mainosmyynneillään alkaneet aktiivisesti kilpailla sanomalehtien kohdeyleisön huomiosta. Googlen ja muiden sähköisten mainostajien etuna on korkea tavoitavuus ja mahdollisuus muokata mainoksia kohdeyleisön mieltymysten mukaan. Perinteinen sanomalehti ei voi näkemykseni mukaan tarjota ainakaan nykyisessä muodossa läheskään vastaavankaltaisia palveluita. Sähköisen mainosmyynnin suurimpana etuna on mielestäni sen välineellinen yhteensopivuus. Verkkoa varten räätälöidyt kaupalliset sovellukset toimivat alusta alkaen verkkoon sopivalla tavalla ja hyödyntävät verkon tuomia monipuolisia mahdollisuuksia huomattavasti perinteistä lehtimainontaa tehokkaammin.

Lehtien harjoittamaa bannerimyyntiä voi mielestäni luontevasti verrata aikaisemmin mainitsemaani journalistisen sisällön lapiointi-ilmiöön. Journalistista sisältöä on lapioitu lehtien verkkosivuille ilmaiseksi vuosien ajan. Hieman samalla tavalla myös yksinkertaisia mainosbannereita on myyty lehtien verkkosivuille ilman verkon ominaisuuksien laajempaa hyödyntämistä. Hieman karkeasti ilmaistuna nykymainostaja voi siis valita kampanjalleen sähköiseen ympäristöön alusta alkaen räätälöityjä palveluita, tai hän voi ostaa lehtimainosta vastaavan yksinkertaisella linkillä varustetun kuvan lehden verkkosivuille. Sanomalehtien sähköiset mainosratkaisut eivät siis kykene millään tapaa kilpailemaan internetjättien tai mainostoimistojen kanssa. Mielestäni mediatalot eivät siis ole vielä kaikilta osin heränneet internetin tarjoamiin mahdollisuuksiin mainosmyynnin puolella, vaan verkkotilaa myydään entisen ansaintalogiikan mukaisesti melko yksinkertaisessa muodossa.

Sanomalehtien suurin myyntivaltti verkkojätteihin verrattuna on niiden paikallisuus ja mainostajien kiinnostavan uskollisen lukijakunnan tavoittaminen, jota tulisi tulevaisuudessa vaalia tarkasti. Sanomalehtien mainosmyynnin kasvattaminen vaatii ansaintalogiikan sopeuttamisen mainostajien tarpeisiin. Tämänkin mahdollisuuden edellytyksenä on jo useamman kerran mainitsemani

laatu, jonka kautta mainostaja tavoittelee lukijoiden huomiota. Vain laadukasta sisältöä riittävän monille tarjoava sanomalehti pystyy tulevaisuudessa kilpailemaan verkkoon siirtyneiden mainostajien huomiosta ja asiakkuuksista. Lisäksi verkon tarjoamat sähköiset toiminnot tulisi ottaa nykyistä monipuolisemmin käyttöön myös lehtien mainosmyynnissä. Mainostuloilla rahoitetaan kuitenkin viime kädessä laadukasta journalistista sisältöä, jonka kautta lehti toteuttaa ydintarkoitustaan eli tiedonvälitystä. Toisin sanoen mainosrahoituksen muoto ei ole mielestäni olennainen seikka lehtien tulovirtojen kannalta.

6.4 Sukupolvenvaihdos uusien työtapojen kättilönä

Näkemykseni mukaan mediakentällä on meneillään sekä journalismin merkittävä ja tarpeellinen sukupolvenvaihdos että journalististen työtapojen sopeutuminen uudenlaisten viestintävälineiden vaatimuksiin. On mahdotonta kieltää, etteikö nuorempi toimittajasukupolvi osaisi hyödyntää tietoverkkojen tarjoamia mahdollisuuksia edeltäjiään luonnollisemmin. Toimittajasukupolvien väliset välineosaamisten erot voivat näkyä työpaikoilla eri tasoisena verkko-osaamisena ja jopa epäluulona verkkoon liberaalimmin suhtautuvia nuorempia toimittajia kohtaan.

Meneillään oleva muutos tulisi valjastaa nykyistä paremmin palvelemaan koko alan etua. En voi kuvitella hienompaa tilannetta, kuin eri ikäluokkia edustavia verkkotoimittajia työskentelemässä saman katon alla, jakamassa keskenään työtapoja ja kokemuksia useista eri välineistä. Sukupolvenvaihdos tulisi nähdä suurena mahdollisuutena pitää työpaikoilla samaan aikaan sekä verkkonatiiveja moniosaajia, että painetun ja perinteisen journalismin rautaisia ammattilaisia.

Idealistisesti sanottuna verkkovallankumous ja meneillään oleva toimittajasukupolven vaihtuminen tarjoavat loistavat mahdollisuudet siirtyä uudenlaisten palvelujen ja työskentelytapojen käyttämiseen siirtymävaiheen puitteissa. Samalla eri sukupolvien välistä ammatillista tietoutta ja osaamista voidaan siirtää ihanteellisella tavalla jatkavalle toimittajasukupolvelle. Nuoren toimittajan näkökulmasta kuulemani tarinat menneiden vuosikymmenten työskentelytavoista, ja villeistä juttukeikoista kuullostavat kuin toisesta maailmasta. Samanlaisen olon uskon myös internetin aiheuttavan monissa vanhemman polven toimittajissa. Kun kaksi maailmaa kohtaavat, ei siirtymä suju aina ihanteellisimmalla tavalla. Tämä ei kuitenkaan ole syy antaa periksi tai kaivautua asemin odottamaan lihavampia vuosia, sillä niitä ei ole nykyisen kehityksen valossa nähtävissä.

6.5 Lopuksi

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tutkia verkkjournalismin tuomia muutoksia itselleni tutussa työympäristössä. Lisäksi kantavana ajatuksenani oli tarjota käytännöläheisiä uusia keinoja parantaa niukoin voimavaroin tehtävää työtä haastavina aikoina. Tutkimusprosessin kautta onnistuin mielestäni hyvin yhdistämään suomalaisten lehtitalojen keskeisimpiä ongelmia osaksi maailmanlaajuista suurta muutosta. Lisäksi peilasin lehtien vaikeaa tilannetta Yhdysvalloissa tapahtuneeseen kehitykseen. Tutkimukseni suppean luonteen vuoksi se tarjoaa kuitenkin vain matalan pintaraapaisun suureen asiakokonaisuuteen, jonka eri osa-alueet ovat kytkeytyneet toisiinsa yllättävän voimakkaasti. Journalismin kriisi ei ole vain journalistisen sisällön kriisi, eivätkä laskevat levikkiluvut välttämättä kerro ihmisten kyllästymisestä sanomalehtiin, vaan yleisön siirtymisestä sähköisiin välineisiin, joihin kotimaiset lehdet ovat vasta viime vuosina alkaneet siirtyä. Journalismin kriisi osoittautui myös mainonnan kriisiksi, jonka kautta laskeneet levikkitulot näkyvät valitettavan konkreettisella tavalla suomalaisten toimittajien työyhteisöissä.

Kriisitietoisuuden leviäminen asettaa lehtien kehittämistavoitteet kyseenalaiseen valoon. Vain osaavalla ja motivoituneella henkilöstöllä voidaan turvata sanomalehtien säilyminen osana ihmisten arkea. Verkko tarjoaa sanomalehdille valtavan mahdollisuuden kehittyä ja säilyä myös tulevaisuudessa luotettavana tiedonvälityskanavana, alati muuttuvassa digitalisoituvassa yhteiskunnassa. Sen täysipainoiseen hyödyntämiseen on nykyisistä lähtökohdista kuitenkin vielä pitkä matka. Uskon, että tulevat vuodet tulevat olemaan ratkaisevia suomalaisten sanomalehtitalojen tulevaisuuden kannalta. Vain rohkeilla ratkaisuilla ja investoinneilla uusiin palveluihin voidaan säilyä ajan hermoilla ja tarjota yleisölle sen kaipaamaa sisältöä. Verkkopalvelujen kehittäminen edellyttää osaavaa ja motivoitunutta toimittajakuntaa, jonka syntymistä ei nykyisenkaltaisella säästöjen ja leikkausten linjalla uskoakseni voida saavuttaa. Lehtiala elää mielenkiintoista siirtymävaihetta, joka säilyy taatusti yhtenä päälukuna journalismin kehitystä käsittelevissä tulevisissa oppikirjoissa. Olen vakuuttunut, että tulevaisuuden mediakentän menestyjät ovat vain ne mediatotalot, jotka uskaltavat tehdä rohkeita ratkaisuja oman selviytymisensä takaamiseksi. Uusien hankkeiden ja palveluiden pilotointi voi tarjota rohkeimmille valtavan kilpailuedun perässä tuleviin nähdessä. Odotan mielenkiinnolla, kuka uskaltaa ottaa sen vaikeimman ja ensimmäisen askeleen uudenlaisen suomalaisen journalismin polulla.

Lämmin kiitos tutkimukseeni osallistuneelle Kymen Sanomien henkilökunnalle ja ohjaavalle opettajalle Perttti Sillanpäälle.

LÄHTEET

Allan, S. 2007. Online news. Berkshire: Open university press.

Edmonds, R. 2014. Newspaper industry narrowed revenue loss in 2013 as paywall plans increased. Poynter insitute 18.04.2014. Viitattu 25.04.2014, <http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/247555/newspaper-industry-narrowed-revenue-loss-in-2013-as-paywall-plans-increased/>.

Fulton, J. 2008. Print journalism and the creative process: traditional versus digital. Viitattu 17.04.2014, http://www.academia.edu/1136753/Print_journalism_and_the_creative_process_traditional_versus_digital.

Hirsjärvi, S., Hurme, P. 2006. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. 4. painos. Helsinki: Yliopistopaino Kustannus.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. Osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Jones, J., Salter, L. 2012. Digital journalism. London: Sage publications Ltd.

Karppinen, H., Verkkotoimittaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 28.3.2014. Tekijän hallussa.

Karppinen, H., Verkkotoimittaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 15.4.2014. Tekijän hallussa.

Kolodzy, J. 2006. Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield publishers inc.

Kunelius, R. 2003 Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Krotoski, A. 2011. What effect has the internet had on journalism? The Guardian 20.03.2011. Vitattu 24.04.2014, <http://www.theguardian.com/technology/2011/feb/20/what-effect-internet-on-journalism>.

Kymen Sanomat, verkkotilastot 25.03.2014. Tekijän hallussa.

Lappalainen, M. 2014. Hasardihommia. Journalisti 6/2014, 3.

Lindholm, A., uutistoimittaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 31.03.2014. Tekijän hallussa.

Luumi-Laasonen, M., uutistuottaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 02.04.2014. Tekijän hallussa.

Nikunen, K. 2011. Enemmän vähemmällä, laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009-2010. Tampere: Tampereen yliopiston viestinnän, median ja teatterin yksikkö. SBN 978-951-44-8419-3 (PDF).

Mitchell, A., Page, D. 2014. The revenue picture for american journalism, and how it is changing. Pew Research center 26.03.2014. Viitattu 27.04.2014, <http://www.journalism.org/files/2014/03/Revnuue-Picture-for-American-Journalism.pdf>.

Rusila, H. 2013. Nopeutta ja klikkejä laadun kustannuksella. Journalisti 11/2013, 14-15.

Suomen tietotoimisto 2014. Uutiskriteerit ja uutiskynnys. Viitattu 16.04.2014, http://www.stt.fi/sites/default/files/uploads/2.2_uutiskriteerit_ja_uutiskynnys.pdf

Tiilikainen, T., verkkopäällikkö, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 10.04.2014. Tekijän hallussa.

Tiitinen, K. Menestyvä paikallislehti yhdistää netin ja paperin. Alakangas, A., Sillanpää, P. 2011. LoCaali 2.0, ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

Vehkaluoto, J., Verkkotoimittaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 31.03.2014. Tekijän hallussa.

Vehkaluoto, J., Verkkotoimittaja, Kymen Sanomat, sähköpostihaastattelu 15.04.2014. Tekijän hallussa.

SÄHKÖPOSTIHAASTATTELUN KYSYMYKSET

1. Kuinka näet painetun lehden ja kymensanomat.fi palvelun välisen yhteyden?
Ovatko nämä kaksi mediaa toisiaan tukevia erillisiä osia, vai onko kyseessä mielestäsi kaksi itsenäistä mediaa? (tilaa myös vapaille ajatuksille)
 2. Kuinka hyvin painettu lehti ja verkko toimivat mielestäsi yhteen?
 3. Mitkä ovat painetun- ja verkkolehden vahvuudet / entä heikkoudet?
 4. Kuinka hyvin internetin tuomia mahdollisuuksia hyödynnetään Kymen Sanomissa?
 5. Mitkä ovat verkon ja printin välisen yhteistoiminnan keskeisimmät asiat? Mitä ominaisuuksia verkkolehdestä tulisi olla, jotta se palvelee painettua sisältöä mahdollisimman hyvin? Vastaako nykyinen verkkolehti näkemyksiäsi hyvin toimivasta verkkopalvelusta? Millaisia ominaisuuksia hyvässä verkkopalvelussa tulisi mielestäsi olla?
 6. Mitä heikkouksia näet Kymen Sanomien verkkolehden ja painetun lehden välisessä yhteydessä?
 7. Mitkä asiat verkkolehdestä kaipaisivat mielestäsi parannuksia tai uudistuksia?
 8. Millaisia uudistuksia tai parannuksia kaipaisit?
 9. Ovatko verkkolehden toimittamiskäytännöt mielestäsi toimivia?
 10. Onko yksi kerrallaan vuorossa oleva verkkotoimittaja tarpeeksi? Millaisin resurssein verkkolehteä tulisi mielestäsi toimittaa.?
 11. Mikä on mielestäsi Kymen Sanomien verkkolehden tarkoitus?
 12. Näetkö verkkolehden ”sisäänheittokanavana” printin puolelle, vai itsenäisenä uutiskanavana?
 13. Tulisiko verkkolehden juttumittoja kasvattaa?
 14. Onko KymenSanomat.fi mielestäsi alueen johtava verkkouutispalvelu?
 15. Onko verkkolehti mielestäsi houkutteleva uutiskanava?
 16. Tulisiko painetun lehden puolella markkinoida myös Kymensanomat.fi palvelua jossakin muodossa? Missä muodossa tai millä keinoin?
 17. Tulisiko painetun lehden sivuilla käyttää älypuhelimella tai tabletilla luettavia QR koodeja lisäsisällön avaamiseksi mobiililaitteella?
 18. Kenelle verkkopalvelua tulisi mielestäsi erityisesti suunnata?
 19. Koetko verkkolehden toimittamisen vaikeana?
- Jos vastasit kyllä, Mitä haasteita verkkolehden toimittamisessa mielestäsi on?
20. Tulisiko verkkopalvelua kehittää nykyistä maksullisempaan suuntaan?
 21. Avoimia ajatuksia tai mieleen nousevia seikkoja koskien Kymen Sanomien verkkopalvelua.