

LUOTTAMUKSEN PERUSTEET

Suomalaisten verkkotoimittajien lähdekäytännöt

Ville Manninen

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Kevät 2013

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	4
2	JOURNALISMI JA INTERNET	9
2.1	Uudet työkalut ja niiden hyödyntäminen	9
2.2	Kilpailu kansalaisjournalismin kanssa	11
2.3	Työrytmin ja työn luonteen muutos	13
2.4	Verkkolähteiden pulmallisuus	16
2.5	Kuinka ammattijournalismi selviää verkossa (ja verkosta)?	19
2.6	Shoemaker & Reese: vaikutushierarkiamalli	20
3	METODI	26
3.1	Tutkimuskysymykset ja hypoteesi	26
3.2	Tutkimuksen metodologinen tausta	26
3.3	Valittujen metodien soveltaminen käytännössä	30
3.3.1	Havainnointi	30
3.3.2	Haastattelu	33
3.3.3	Metodin perustelu	36
3.4	Tutkimuskohteet ja niiden valinta	39
3.5	Tutkimusaineisto	41
3.6	Aineiston luokittelu	41
3.7	Tutkimuseettiset kysymykset	43
4	TULOKSET	45
4.1	Suomalainen verkkojournalismi 2013	45
4.1.1	Verkkotoimittajat	45
4.1.2	Kuinka verkkojournalismia tehdään?	49
4.1.3	Tapaus Ampparit.com	56
4.2	Lähteet ja luottamus	58
4.2.1	Luotettavuuden synonyymit: Ideologinen luottamus	59
4.2.2	Ilman ei pärjätä: Pragmaattinen luottamus	62

4.2.3 Vastentahtoisesti siteeratut: Pragmaattis-kyyninen luottamus	66
4.2.4 Media lähteenä: Konsensuaalinen luottamus	70
4.2.5 Tilapäisesti luotettavat: Kontekstuaalinen luottamus	74
5 TULOSTEN POHDINTAA	81
5.1 Johtopäätöksiä: Mitä tästä tutkimuksesta opimme?	81
5.2 Päättäntö: Mitä hyötyä tästä tutkimuksesta on?	84
SUMMARY	86
KIRJALLISUUS	88
LIITE	
Liite 1: Kysymysrunko	94
Liite 2: Litteroidut haastattelut (CD)	
KUVIOT	
Kuvio 1: Verkkotoimittajuuden osuus tutkittujen toimittajien työhistoriasta	46
Kuvio 2: Tutkittujen toimittajien koulutustausta	47
Kuvio 3: Lähteiden käyttö havainnoituissa jutuissa	54
TAULUKKO	
Taulukko 1: Luottamusdiskurssien ominaisuudet	82

1 JOHDANTO

Journalismin historia – kuten historia yleensäkin – käsitetään usein mullistavien, pistemäisten tapahtumien sarjana. Gutenbergin lähtölaukausta seuranneet keksinnöt painotekniikan saralla luetaan yleensä tällaisiksi virstanpylväiksi. Hallinnollisesta näkökulmasta historiaa katsovat taas painottavat ennakkosensuuria sekä painolupia koskevien lakipykäliden merkitystä. Myöhemmin radion ja television yleistymiset järjestelivät nekin mediakentän uusiksi siellä, missä yleistyivät.

Journalismi sellaisena, kuin me sen ymmärrämme, käy parhaillaan läpi historiansa suurinta murrosta. Olisi helppo todeta internetin olevan vain jatkoa niiden keksintöjen sarjaan, joiden on suotta povattu tekevän lopun journalismista, tai ainakin syöksevän sen rahvaanomaisen riipustelun alhoon. Niin radion kuin televisionkin vaikutuksia kauhisteltiin sekä moralisoivien kansanvalistajien että työnsä puolesta pelkäävien toimittajien parissa. Lopulta taivas ei kuitenkaan pudonnut journalismin niskaan, vaan ammattikunta laajeni sisältämään samalla ideologialla, mutta eri teknisillä taidoilla varustettuja journalisteja. Miksi siis huolestua tälläkään kertaa?

Kuten aikaisemmissakin tapauksissa, uuden teknologian ilmestyminen on lisännyt taloudellisia paineita entisiä hyödyntäviä mediaorganisaatioita kohtaan. Tämä on käynyt ilmeiseksi yhtiöiden kamppaillessa verkkoyleisön huomiosta, joka toistaiseksi on mainostajille varsin vähäarvoista. Verkossa on pakko olla, vaikka katetta työlle onkin vaikea löytää.

Vapailla markkinoilla taloudellinen paine on kuitenkin arkipäivää ja tästä toimittajat työnantajineen ovat selvinneet ennenkin. Internet ei ole journalismin kannalta mullistava koska se tarjoaa jälleen uuden kanavan välittää sisältöjä; mullistavaksi sen tekee kyky murtaa vuosisatoja hallinnut joukkoviestinnän harvoilta monelle -malli.

Digitaalisen teknologian ansiosta internetissä kuka tahansa voi olla sisällön tuottaja ja jakelija. Radio-ohjelmien, musiikkivideoiden, pamflettien, kirjojen, animaatioiden, valokuvien – tai journalismin. Taloudellinen, koulutuksellinen tai ammatillinen

asema ei ainakaan Suomen kaltaisessa, vauraassa länsimaassa estä juuri ketään tuottamaan sisältöjä tietokoneella ja julkaisemasta tuottamaansa verkossa. Todella moni myös hyödyntää tuon mahdollisuuden. Huomattavan usea näistä verkkojulkaisijoista myös pitää itseään journalistina – ammattitoimittajien paheksunnasta huolimatta (Leccese, 2009, 582).

Uuden viestivälineen tuoman taloudellisen paineen lisäksi toimittajia haastavat siis myös palkatta työskentelevät kansalaisjournalistit, bloggaajat sekä aggregaatiopalvelut. Sanomattakin lienee selvää, että ilmaista vastaan on vaikea kilpailla. Tämä internetin aikaansaama kaksoishaaste onkin johtanut melkoiseen vyönkiristykseen toimituksissa ympäri maailman, myös Suomessa – näin siitäkin huolimatta, että media-alan voittomarginaalit ovat perinteisesti olleet melko leveitä (mm. Scott, 2005, 90; Vehkoo, 2011, 26–34).

Hieman paradoksaalisesti laihoista vuosista ovat kärsineet etenkin verkkotoimitukset. Vaikka internet ymmärretäänkin tulevaisuuden mediumiksi, on se uutisvälineenä vielä lypsämätön hieho lehmien joukossa. Verkkomainoksen pikseleistä ei makseta läheskään samoja summia kuin paperisista palstoista, joten mainoksia oikeuttavaa sisältöä tuottavat toimitukset saavat tulla toimeen kapealla leivällä. (Scott, 2005)

Kuitenkin yhä useampi kuluttaja lukee, kuuntelee tai katselee uutisensa verkosta. Mitä nuorempi ikäluokka on, sitä suuremman osan päivän media-annoksesta internet täyttää ja sitä vanhempana (jos kohta enää ollenkaan) se siirtyy paperilehden tilaajaksi. Resursseiltaan heiveröisimpiin kuuluva journalistisen tuotannon osa kuuluu siis myös tärkeimpiin – ja sen tärkeys vain lisääntynee tulevaisuudessa. (mm. Bird, 2009, 293; Juntunen, 2011, 57)

Asia ei suinkaan ole vähäpätöinen: toimittajat niin Suomessa kuin maailmallakin tunnustavat olevansa toisinaan voimattomia toteuttamaan omia laatuihanteitaan (mm. Juntunen, 2011, 55). Tulvillaan kilpailevaa sisältöä olevassa verkossa lipsuminen on erityisen vaarallista: journalistinen taso on ainoa legitimaation väline, jolla toimittajat voivat puolustaa ammattikuntansa olemassaoloa. ”Tyhjän saa pyytämättäkin”, joten

myös verkkotoimitusten olisi kyettävä tuottamaan laadultaan kilpailukykyistä journalismia.

Journalismin ja erityisesti verkkojournalismin nykytilasta liikkuu runsaasti erilaisia arvioita. Osa tutkijoista toteaa synkästi verkon toimituksellisen materiaalin olevan enää vain hädin tuskin journalistiseksi kutsuttavaa sylttyä (esim. Scott, 2005, 111). Osa tyytyy varovaisesti tunnistamaan mahdolliset karikot, mutta jättämään arvottamisen sikseen (esim. Klinenberg, 2005). Ylistävät arviot kuitenkin loistavat poissaolollaan.

Journalistisen työvoiman riittämättömyys johtaa muun muassa tutkimustyön pintapuolistumiseen: vaikeasti tavoitettavia lähteitä ei ehditä kuunnella tai faktoja tarkistaa. Yllättävää onkin, ettei toimittajien lähdekäytäntöjen tutkimiseen ole lähiaikoina kiinnitetty juurikaan huomiota. Kyseessä on kuitenkin varsin perustavanlaatuinen journalismin osa-alue, ehkä aiheen merkityksellisyyden tunnistamisen jälkeen tärkein. Säkenöivän älyllisenkin tekstin journalistinen arvo lähestyy nollaa, mikäli se perustuu epäluotettavasta lähteestä saatuun, virheelliseen tietoon.

On itsestään selvää, joskin myös tutkimuksin todettua, että esimerkiksi kiireestä johtuva motivaation heikkeneminen alentaa niin toimittajan kuin rivikansalaisenkin kykyä analysoida huolellisesti lukemaansa (Dochterman & Stamp, 2010; Vraga, Edgerly, Wrang & Shah, 2011). Ongelma koskettaa etenkin kroonisen kiireen riivaamia verkkotoimituksia ja sen merkitystä vain korostaa verkkojournalismin yhä kasvava merkitys. Kysymys kuuluu: pystyvätkö verkkotoimittajat hankkimaan, arvioimaan ja käyttämään lähteitä journalistisesti hyväksyttävillä tavoilla?

Kysymykseen ei ole valmista vastausta. Pääosin toimittajien henkilökohtaisia kokemuksia käsittelevä tutkimus antaa olettaa tilanteen olevan hälyttävä, mutta todellisia käytäntöjä luotaava ja moderniin verkkotoimitukseen sijoittuva tutkimus aiheesta kuitenkin puuttuu. Juuri tätä aukkoa tutkimukseni on tarkoitus ryhtyä tukkimaan. Käytössäni olevien resurssien rajallisuudesta ja esitetyn kysymyksen

normatiivisesta luonteesta johtuen rajaan suositusten muotoilemisen tutkimukseni ulkopuolelle. Sen sijaan tutkimuksen tavoite on kuvailla verkkotoimitusten lähdekäytäntöjä ja niissä työskentelevien toimittajien tapaa arvioida lähteiden luotettavuutta.

Aiempien, osin samaa aihetta käsittelevien tutkimusten perusteella ja osin niiden suosituksesta tutkimukseni metodi sisältää vahvan etnografisen elementin; toimittajia tarkkaillaan heidän arkisten työtehtäviensä keskellä, koska toteuttamatta jääneet ihanteet saattaisivat ajaa nolostelevan toimittajan kaunistelemaan kertomaansa. Toisaalta tutkimukseen kuuluu myös haastatteluosio, jossa toimittajia pyydetään rekonstruoimaan lähteen hankkimisen, arvioimisen ja valinnan prosessinsa – tätä ajatusketjua olisi lähes mahdotonta selvittää pelkän tarkkailun kautta.

Tärkeintä tieto lähdekäytännöistä ja niiden syistä lienee itse toimittajakunnalle, sekä heidän työoloistaan vastuullisille esimiehille ja työnantajille. Uskottavuutta horjuttavat työtavat olisivat vakava uhka lähes minkä tahansa journalistisen organisaation tulevaisuudelle ja pidemmän päälle koko ammattijournalismille.

Tieto kiinnostanee myös verkkojournalismin kuluttajia. Toimitustyön käytännöistä selvillä oleva kuluttaja osaa luottaa saamaansa tietoon asianmukaisessa määrin. Taitava tiedon omaksuminen on hyödyllistä niin yksilölle kuin koko yhteiskunnallekin. Voidaan myös ajatella avoimuuden kasvattavan journalismin kuluttajien luottamusta omaan medialukutaitoonsa, mikä puolestaan saattaisi johtaa sen kulutuksen kasvuun.

Lopuksi tutkimuksellani lienee myös jotain historiallista ja etnografista arvoa, joskin varsin vaatimatonta sellaista. Kenties huomispäivän tutkijoilla on näkemystä käyttää tutkimukseni aineistoa osana jotain toista tutkimusta.

Tutkimus alkaa internetin mediakentässä aiheuttaman mullistuksen kuvailulla kappaleessa 2. Lyhyen historiaosion jälkeen erittelen verkon yleistymisen tuomia muutoksia journalistien työtapoihin ja mediaorganisaatioiden kilpailutilanteeseen.

Esittelen myös tutkimukselle keskeisen *vaikutushierarkiamallin*, jonka viiteen portaaseen tiivistyvät journalistiseen tuotteeseen kohdistuvat vaikutukset.

Kappaleessa 3 kuvailen tarkemmin valitsemaani etnografista tutkimusmenetelmää, sekä esittelen tutkimuskohteeni ja käyttämäni aineiston.

Tutkimuksen tulokset esittelen kappaleessa 4, jonka alku on omistettu yleisluontoisemmille havainnoille tutkituista verkkotoimittajista itsestään sekä näiden työstä. Kappaleen loppuosa muodostaa tutkimustulosten analyyttisen osion. Erittelen siinä viisi erilaista tapaa, joiden perusteella verkkotoimittajat perustelivat lähdevalintojaan. Näitä syykokonaisuuksia kutsun *luottamusdiskursseiksi*.

Kappale 5 sisältää olennaisimpien tulosten yhteenvedon, muutamia huomautuksia tutkimuksen puutteista sekä joitain ehdotelmia tutkimuksen sovellutuksista ja mahdollisten jatkotutkimusten suunnista.

2 JOURNALISMI JA INTERNET

Toisinaan on vaikea muistaa, minkä ikäinen Internet todella onkaan. Nykyään erottamattomana osana lähes jokaiseen hetkeen ja paikkaan työntyvä, monisuuntainen tiedon kudelman oli vielä pari vuosikymmentä sitten uusi ja mahdollisuuksiltaan tutkimaton. Toisaalta usein unohtuu, että Internet syntyi jo kauan ennen sen nykyisin tunnistetuinta muotoa, World Wide Webiä. Helppokäyttöiset selainohjelmat toivat Internetin kotikäyttäjien saavutettaviin vasta 1990-luvun alkupuolella, mutta tietoverkko itsessään oli saanut alkunsa jo 60-luvulla. Ennen WWW-vallankumousta Internet kuitenkin palveli lähinnä viranomaisia ja tiedeyhteisöä – 80-luvulta alkaen myös journalisteja.

Ensimmäiset Internetin kautta toimineet tiedonhakupalvelut olivat maksullisia ja kömpelöitä, mutta jo pian alettiin aavistella tulossa olevaa mullistusta. Etenkin 90-luvulla into ja toisaalta pelko verkon mahdollisuuksista levisi myös toimittajien pariin. Enin innostus alkoi kuitenkin laantua verkkoyhtiöiden sarjakonkurssien myötä. Journalismin vallankumous ei saapunut aivan odotetulla tavalla tai nopeudella, mutta moni asia kuitenkin muuttui Internetin myötä. (Quandt 2008a; Scott 2005)

Tarkastelen seuraavaksi muutamia tapoja, joilla Internet on vaikuttanut journalismiin. Tulemme huomaamaan, että sen vaikutukset ovat varsin laaja-alaiset ja monisuuntaiset; onhan verkko yhtä aikaa sekä uusi julkaisukanava, työväline että kilpailija.

2.1 Uudet työkalut ja niiden hyödyntäminen

Ensimmäiset visiot uuden teknologian journalismia suotuisasti mullistavista vaikutuksesta olivat suorastaan utopistisia (Scott 2005, 89). Toimittajan työ tulisi modernin tietotekniikan, kuten Internetin, avulla hoitumaan nopeammin, helpommin

ja yleisesti ottaen tehokkaammin kuin aikaisemmin. Koko toimitustyön kuvan ajateltiin muuttuvan hierarkkisesti järjestäytyneistä toimituksista yksinäisten, monitaitoisten multimediajournalistien joukkioiksi (Quandt 2008b, 95; ks. esim. Dua 2009). Verkon kautta jaeltava digitaalinen sisältö puolestaan olisi monipuolista, syvää ja interaktiivista.

Todellisuus ei ole vastannut intomielisiä kuvitelmia. Verkkojournalismissa hyödynnetään varsin rajallisesti niitä multimediaalisuuden mahdollisuuksia, joita uusi tekniikka on avannut. Journalistiset tekstit yleensä noudattavat printtimediasta tuttuja tyyppejä. Ääni- ja videosisällötkin ovat useimmiten radio- ja televisiokanavilta suoraan lainattuja tai ainakin niiden perusmuotoja seuraavia. (Deuze 2003, 219; Quandt & Singer 2009, 137; Quandt 2008a, 718–720; Scott 2005, 110)

Kuvan, äänen ja tekstin monimutkaisempi yhdisteleminen olisi mahdollista; grafiikka voisi olla interaktiivisena havainnollisempaa eikä linkkienkään tarvitsisi olla kuivakkaita, suoria viitteitä. Kaikki alkuhuumassa kuvitellut (ja varmasti monet vielä kuvittelemattomatkin) digitaalisen median konstit ovat vallan mahdollisia. Ainakin osa verkkotoimittajista yhä pitää sisältöihanteenaan käytännössä toteutumaton ”utopiaa” (Domingo 2008, 115). Syy ristiriitaan on epäselvä. Toimittajilta saattaa puuttua teknistä osaamista tai työaikaa ideoiden toteuttamiseen; toisaalta yleisön enemmistö saattaa suosia yksinkertaisia ja totuttuja sisältötyyppejä (Brannon 2008, 109–111; Domingo 2008, 115; Quandt & Singer 2009, 137).

Vaikka Internetin kautta jaeltava journalistinen tuote ei poikkeakaan merkittävästi totutusta, on verkko kuitenkin muuttanut sen tuotantotapaa. Tietoverkko on huomattavasti helpottanut ja nopeuttanut tiedonhakua. Toimittajat hyödyntävätkin Internetiä lähes kaikissa ammattiinsa kuuluvissa tehtävissä, kuten uutisten, juttuaiheiden sekä lähteiden hankkimisessa ja yhteydenpidossa heidän kanssaan. Uusia välineitä siis käytetään samoin kuin vanhojakin. (Quandt 2008b, 95)

Uuden teknologian hyöty ei ole kuitenkaan realisoitunut toimittajille. Internetin

tuomat aikavoitot ovat kuolettuneet taloudellisista syistä tehtyihin budjettileikkauksiin. Tärkeä syy vyönkiristykseen löytyy teknisestä kehityksestä, ainakin välillisesti. Verkon runsas ilmainen sisältö, sen myötä segmentoituvat yleisöt, maksavien lukijoiden määrän väheneminen sekä hiipuva mainosmyynti lisäävät etenkin sanomalehdistön säästöpaineita, varsinkin kun mediayhtiöiden on vaikea saada (suosittujakaan) verkkosivustojaan kannattaviksi (Barron, 2011; Bruns, 2009; McManus, 2009; McNair, 2011, 2006; Scott 2005, 94–95). Osa leikkauksista taas johtuu suoraan Internetin toimitustyötä tehostavasta vaikutuksesta: sen sijaan että säästynyt aika käytettäisiin journalistisen tason nostamiseen, mediayritysten omistajat perustelevat sillä työvoiman vähentämistä (Scott 2005).

2.2 Kilpailu kansalaisjournalismin kanssa

”Verkossa jokainen on potentiaalinen journalisti” (Dua 2009, 60). Väittämän todenperäisyys riippuu tietenkin sanan 'journalisti' määritelmästä, mutta moni todellakin näkee ei-ammattimaisen sisällöntuotannon olevan journalismin tulevaisuus. Esimerkiksi yhdysvaltalaisista, poliittisista bloggaajista jopa kolmannes määrittelee itsensä journalistiksi, vaikka heidän tuotteensa muistuttaisivatkin lähinnä perinteisiä yleisönosastokirjoituksia (Leccese, 2009, 579–582).

Itsenäisten julkaisijoiden räjähdysmäinen kasvu on lisännyt sekä laadukkaan, että tyystin tasottoman sisällön tarjontaa. Suurin osa materiaalista on kuitenkin kuluttajalle ilmaista, joten jo ohimenevästikin viihdyttävät sisällöt riittävät kilpailemaan ammattijournalistien tuotteita vastaan. Epäsuotuisan kilpailuasetelman johdosta ”journalistinen teollisuus” on ajautunut kriisiin (Bruns 2009, 101). Vaikeudet eivät ole ainoastaan taloudellisia, vaan myös journalistinen ammatti-identiteetti käy läpi kivuliasta muutosta.

Yleisöjen sirpaloituminen ja sisällöntuottajien määrän nopea kasvu ovat hyvää vauhtia riistämässä toimittajilta heidän yksinoikeutensa päättää julkisuuden sisällöistä (Deuze 2005, 451; Mitchelstein & Boczkowski 2009; Quandt & Singer

2009, 134). Suurten massayleisöjen aikakaudella muutama suuri lehti, radioasema tai televisiokanava saattoi määritellä päivän polttavat puheenaiheet. Valta päättää julkisuuden sisällöstä, *agenda setting* -valta, oli pitkään journalismin (nimenomaan *ammattijournalismin*) tunnusomainen piirre. Koska tiedon laajamittainen jakeleminen julkisuuteen ei ole enää varakkaiden mediaorganisaatioiden yksinoikeus, ei sellaisen palkkalistalle kuulumisen ole enää journalistin määrittelevä ominaisuus. Yksiselitteisyyden puuttuessa 'journalistin' käsitteen rajat ovat käyneet huokoisiksi ja yhä useamman ei-ammattilaisen katsotaan tunkeutuvan ”kutsumatta” käsitteen piiriin.

Ammattijournalistien suhde niin kutsuttuihin kansalaisjournalisteihin on pitkään ollut, ja on yhä, kyräilevä. Syvin epäluottamus vallitsee raa'asti kilpailluilla verkkomarkkinoilla, jossa sisällöstä voi vaihtaa toiseen muutamalla etusormen napautuksella. Koska ammattilaisuus ei enää tarkoita yksinoikeutta journalistin statukseen, on WWW:stä muodostunut tärkein taistelukenttä, jolla ”oikean journalismin” ja ”ei-journalismin” rajoista kamppaillaan (Carlson 2007).

Televisioon, radioon tai sanomalehteen ei-ammattilaisilla on yhä varsin rajoitettu pääsy, mutta myös niissä työskentelevät toimittajat kokevat kansalaisjournalismin uhaksi itselleen. Kyseessä on osin taloudellisesta uhasta kumpuava pelko, mutta moni toimittaja myös pelkää 'journalistin' yhä epämääräisemmäksi käyvällä nimikkeellä toimivien harrastelijoiden pilaavan myös ammattilaisten maineen (Hayes, Singer & Ceppos 2007, 265; Johnson & Kaye 2010a, 2; 2002, 620).

Osa tutkimuksesta näyttäisi vahvistavan ammattijournalistien pelot. Samalla kun yleisön luottamus perinteiseen mediaan on laskenut, on luottamus internetiin noussut (Johnson & Kaye 2010a; 2010b; 2002). Jotkut jopa saattavat arvioida samasta lähteestä peräisin olevan tiedon luotettavammaksi verkosta luettuna, kuin vaikkapa televisiosta kuultuna (Greer 2003, 12). Näyttäisi myös siltä, että ainakin osa verkon käyttäjistä pitää blogeja tai muita valtavirtaan kuulumattomia verkkolähteitä joko *yhtä luotettavina* tai jopa *luotettavampina* kuin perinteistä valtavirtamediaa (Banning & Sweetser 2007, 455–456; Johnson & Kaye 2010b, 3; Melican & Dixon 2008).

Toisaalta osa tutkimuksista on tuottanut myös ristiriitaisia tuloksia yleisön luottamuksesta eri viestimiä kohtaan (Chung, Nam & Stefanone 2012, 171–172). Syy voi olla tutkimusasetelmien karkeudessa: osa tutkimuksista ei tee riittävää eroa erilaisten verkkosivustojen välille, vaikka tutkimuksen kohteena oleva yleisö tekisikin (Chung & Kim 2009, 670; Melican & Dixon 2008, 152). Vaikka luottamuksen tarkat suhteet olisivatkin epäselviä, voidaan joka tapauksessa todeta internetin myötä laajentuneen kansalaisjournalismin asettavan ammattimaisesti tuotetulle journalismille valtavia haasteita – niin taloudellisia kuin paradigmaattisiakin.

2.3 Työrytmin ja työn luonteen muutos

Vaikka povattu multimedijournalistien aika ei olekaan vielä koittanut, on journalistinen ammatti silti muuttunut ja laajentunut. Yhä harvempi ammattilainen tuottaa yhä enemmän, yhä nopeammin. Ammattikuntaan on myös syntynyt uusi verkkotoimittajien alalaji, joka on useissa maissa (kuten Suomessa) eriytynyt omiin verkkotoimituksiinsa. Juuri verkkotoimituksissa työrytmi on kiireisin. (Juntunen 2009; Quandt 2008; Scott 2005)

Yleisellä tasolla tahti on kiristynyt lähinnä taloudellisista syistä: kun osa toimittajista on irtisanottu, toimitusten on täytynyt kasata enemmän työtä jäljelle jääneille. Aiemmin oletettiin tämän tapahtuvan yhdistelemällä erilaisia työtehtäviä, kuten kuvaamista, editointia ja kirjoittamista saman henkilön hoidettavaksi. Näin on kyllä tapahtunut, mutta ei kuitenkaan odotetussa määrin. Henkilöstöstä on säästetty esimerkiksi ketjuttamalla mediayhtiöitä ja tuottamalla osa materiaalista keskitetysti (Herkman 2011; Quandt & Singer 2009). Teknisen kehityksen tuomien muutosten lisäksi taloudellisten paineiden syntyyn on vaikuttanut Suomessa myös poliittisin päätöksin aikaan saatu mediakilpailun siirtyminen vapaille markkinoille 1980-luvun puolivälistä alkaen (Herkman 2011, 34).

Verkkotoimituksissa pätee sama taloudellinen logiikka kuin muuallakin, mutta jotkin

internetin ominaispiirteet tekevät siitä erityisen hektisen välineen. Etenkin mahdollisuus välittömään julkaisemiseen on johtanut ylikierroksilla käyvään uutiskilpailuun, jonka voittaminenkin tarkoittaa vain muutamien minuuttien yksinoikeutta juttuun (Juntunen 2011). Tilanne on päinvastainen kuin John Pavlikin (2001) sinisilmäinen visio, jonka mukaan verkkoon ilman deadlineä kirjoittaminen mahdollistaisi viimeistellyn ja huolella loppuun tutkitun journalismin. Käytännössä uutinen julkaistaan lähes välittömästi ja sitä päivitetään jatkuvasti sitä mukaa, kun uutta tietoa saadaan. Samaan aikaan verkkotoimittajia rasittaa kilpailijoiden verkkosivujen ja oman sähköpostin jatkuva tarkkaileminen, jottei yksikään uutistapahtuma jäisi liian pitkäksi aikaa huomiotta (Granado, 2011; Quandt, 2008b).

Yllä kuvailtu tarve jatkuvaan päivittämiseen on sitonut verkkotoimittajat tiiviisti tietokoneidensa ääreen. Heillä on vain harvoin tilaisuuksia poistua toimituksesta haastatteluja tai muuta tutkimustyötä varten (Juntunen, 2011; Brennen, 2009). Tästä ja yleisestä kiireestä johtuen verkkotoimittajien on tartuttava niihin lähteisiin, jotka ovat nopeiten ja helpoiten saatavilla: toisiin verkkosivuihin, uutistoimistoihin ja lehdistötiedotteisiin (Granado, 2011; Juntunen, 2011; Klinenberg, 2005; Scott, 2005). Suomessa valmismateriaalia käytetään ainakin toistaiseksi vähemmän kuin esimerkiksi Iso-Britanniassa, mutta osuus on silti huomattava: tutkimuksessaan Laura Juntunen (2011) totesi suomalaisistakin verkkouutista jo noin kolmanneksen olevan lähes sellaisenaan julkaistuja tiedotteita.

Merkittävää on myös verkkotoimitusten suuri riippuvuus niiden emoyhtiöiden kuten printtilehtien tai televisiokanavien tuottamasta materiaalista (Colson & Heinderyckx, 2008, 144). Huomattava osa verkkotoimittajien työajasta kuluu tällaisen sisällön muokkaamiseen ja siirtämiseen verkkosivulle. Tämän *shovelwareksi* kutsutun materiaalin runsaus (kaikessa eettisessä hyväksyttävyydessäänkin) on osa jo edellä kuvattua, yhä lisääntyvän valmisjournalismin ilmiötä. On myös syytä huomata, että ainakin toistaiseksi blogit näyttäisivät pääasiassa kopioivan valtavirtamedian sisältöä uuden tuottamisen sijaan (Coleman, McCombs, Shaw & Weaver 2009, 156–157). Elizabeth Bird (2009, 294) toteaaakin kyynisesti suurimman osan ”verkkouutisista” olevan todellisuudessa vain kommentteja hupenevan ammattilaisjoukon tuottamiin,

oikeisiin uutisiin.

Kaikesta tästä seuraa muutama merkittävä ongelmaa journalistisen etiikan kannalta: kiireen takia tietoja ei ehditä tarkistaa ja toisaalta journalistinen päätäntävalta liukuu julkaisevan toimituksen ulkopuolelle. Verkkotoimittajat itse kyllä kunnioittavat journalismin perinteisiä ihanteita, eivätkä he suinkaan ole sokeita niiden ja todellisuuden väliselle ristiriidalle (Gladney, Shapiro & Castaldo 2007; ks. kuitenkin Colson & Heindryckx 2008, 150). Kiireen tiedetään vaarantavan journalistisen laadun, joten työvoimaleikkaukset ja toimituksellisten tehtävien lisääminen ovat herättäneet toimittajakunnassa paljon vastustusta sekä turhautumista (Juntunen 2011; Mitchelstein & Boczkowski 2009; Quandt & Singer 2009). Kuvaavaa on, että vaikka yleisö luottaakin verkkouutisiin, toimittajat itse pitävät niitä perinteistä mediaa epäluotettavampina, koska tietävät niitä tuotettavan kiireellä (Cassidy 2007). Juntusen (2011, 55) välittämä, suomalaisten toimittajien arvio työstään on hälyttävä:

"Aikapulan koettiin näkyvän niin työprosessissa kuin lopputuloksessakin monella tavalla: Asioiden analysoimiseen on vähemmän aikaa. Uutisessa esitetyt faktat jäävät helpommin tarkistamatta. -- Useimpien mukaan kiire vaikuttaa ennen muuta uutisten arvottamiseen ja lähdekritiikkiin. -- [M]oni myönsi, että käytännössä verkossa julkaistaan enemmän aineistoa, jota ei ole ehditty tarkistaa tai taustoittaa."

Matkaa vielä kuitenkin on Ben Scottin (2005, 111) synkkään arvioon verkkojournalismin laadusta:

"Online news content is very often market-based journalism of the rankest order. Not only does it rebroadcast the existing (very poor) journalism, it often resorts to featuring and expanding on the most outrageous, eye catching headlines."

2.4 Verkkolähteiden pulmallisuus

Kiireen asettama pakko ja toisaalta mahdollisuuksien laajeneminen ovat johtaneet internetin merkityksen korostumiseen myös journalistista tutkimusta tehdessä. Taustatietoja on nopea ja helppo hakea verkosta ennen haastattelun sopimista, milloin ei kasvokkaista tapaamistakin korvata kokonaan sähköpostihaastattelulla. Useimmiten ainakin henkilölähteen yhteystiedot on hankittu joko verkosta tai verkon kautta tavoitetusta rekisteripalvelusta. Tarkkaa tietoa erilaisten verkkolähteiden käytöstä toimitustyössä ei ole, mutta niiden merkityksen voi olettaa suureksi etenkin verkkotoimituksissa.

Kaikessa helppoudessaan internet voi olla myös vaarallinen tietolähde. Verkkolähteet saattavat sisältää puolueellista, puutteellista tai jopa täysin väärää tietoa. Itse asiassa hyvinkin suuri osa verkossa saatavilla olevasta tiedosta on jollain tapaa virheellistä ja myös moni toimittaja on erehtynyt sellaista käyttämään. (Klinenberg 2005, 56; Metzger 2007).

Verkkotiedon ongelmiin havahduttiin melko nopeasti internetin levitessä yhä laajemman yleisön käyttöön. Huolta on kannettu etenkin terveyteen ja lääketieteeseen liittyvästä tiedosta, jonka on myös todettu olevan usein jopa vaarallisen väärää tai ”vaihtoehtoista” (Metzger 2007, 2078; Wathen & Burkell 2002, 138–139). Verkkotiedon luotettavuuden oikeellinen arvioiminen on vaikeaa monesta syystä, jotka kaikki lopulta palautuvat internetin kasvottomuuteen. Esimerkiksi John Fritch ja Robert Cromwell (2000, 500) tiivistivät ongelman näin: verkossa julkaistun tiedon yhteydessä ei aina kerrota tarpeeksi sen tuottajasta ja vaikka kerrottaisiinkin, ilmoitus voi hyvinkin olla valheellinen ja koska verkossa julkaiseminen on mahdollista lähes jokaiselle, valheeseen törmääminen on todennäköisempää kuin vaikkapa televisiossa (jolloin kanavalla on maineensa varjeltavanaan). On myös huomautettu, että vaikka tieto olisikin hyvässä uskossa annettu ja sen tuottanut taho rehellisesti esitelty, ei lukijoilla useinkaan ole riittävästi tietoa lähteen asiantuntemuksesta tai vaikuttimista (Greer 2003, 12; Metzger, Flanagin & Medders 2010, 414–415). Lyhyesti sanottuna internetistä kokonaisuutena puuttuvat

”julkisuuden portinvartijat”, joina journalistit ovat esimerkiksi sanomalehdistössä toimineet.

Omat sudenkuoppansa voivat vielä kaivaa verkkolähteen muoto, asiasisältö sekä sen välittävä taho. Jos blogin rakenne on monimutkainen mutta poliittinen sanoma miellyttävä, lukijan mielessä tekstissä esitetyt mielipiteet sekoittuvat siinä lainatun uutisen tosiasioihin (Vraga, Edgerly, Wang & Shah 2011). Huolimaton lukija myös arvioi lainatun tiedon luotettavuutta vain *lainaajan* perusteella – ei alkuperäisen lähteen (Kang, Bae, Zhang & Sundar 2011). Kun huomioidaan kuinka helppoa ja yleistä lainaaminen verkossa on, siihen liittyvien pulmien merkityksellisyys korostuu.

Edellä luetellut ongelmat eivät toki ole ylitsepääsemättömiä. Verkkotiedon luotettavuuden perinpohjaiseen arvioimiseen on tarjottu tämän tästä erilaisia ohjenuoria, yleensä tarkistuslistojen tai vuokaavioiden (en. *flowchart*) muodossa (esim. Fritch & Cromwell 2000). Tarkastella tulisi esimerkiksi useaa verkkosivuston ominaisuutta, kuten sen osoitetta ja osoitteen omistajaa. Vaikka tieto näistä konsteista alkaisikin siirtyä yleiseen medianlukutaitoon, tarkistuslistametodit vaativat aina aikaa ja vaivaa. Käytännössä suurin osa verkon käyttäjistä ei tarkista millään tapaa löytämänsä tiedon luotettavuutta ja tarkistamiseen ryhtyneetkin yleensä valitsevat kaikkein vähävaivaisimman – vaikkakin epävarmimman – keinon (Flanagin & Metzger 2000, 531–532; Metzger 2007, 2089). Yleensä päätös verkkolähteen luotettavuudesta syntyy nopeasti, vaistonvaraisesti sekä vain harvoihin ominaisuuksiin perustuen – siitäkin huolimatta, että kysyttäessä moni ilmoittaa ymmärtävänsä verkkotietoon luottamisen vaarat (Greer 2003, 26; Lucassen & Schraagen 2012, 1). Eräässä tutkimuksessaan Andrew Flanagin ja Miriam Metzger (2007, 334) jopa havaitsivat käyttäjien ryhmän, joka ilmoitti tarkistavansa käyttämänsä verkkotiedon vaikei todellisuudessa niin tehnytään. Voidaan siis todeta, että verkkotiedon käyttöön liittyvät ongelmat ymmärretään jo varsin hyvin, vaikka käytännöt eivät tuota käsitystä heijastaisikaan.

Kuinka toimittajat sitten arvioivat löytämiensä verkkolähteidensä luotettavuutta?

Päteekö heihin sama kuin ”suureen yleisöön” (tai kuten suuressa osassa yllä siteerattuja tutkimuksia, yhdysvaltalaisiin korkeakouluopiskelijoihin)? Aiheesta ei ole ajankohtaista tietoa, mutta viime vuosituhaten loppumetreillä Bruce Garrison (1999, 509) totesi toimittajien arvioivan verkkolähteiden luotettavuutta samoin kriteerein kuin tavanomaistenkin lähteiden. Garrison kuitenkin huomautti, että uusi ympäristö saattaisi vaatia uudet arviointikriteerit, joita tutkimus sittemmin onkin auliisti ehdottanut. Se, ovatko toimittajat näitä kriteereitä ja arviointimalleja työrutiineihinsa omaksuneet, on vielä toistaiseksi selvittämättä. Yleinen verkkosisältöjen arviointia käsittelevä tutkimus antaa asiasta kuitenkin huolestuttavan vihjeen.

Koska suuri osa internetin käyttäjistä näyttäisi olevan perillä verkkotietoon liittyvistä ongelmista ja niiden ratkaisumalleista, ratkaisevaa on tarttuuko käyttäjä mainittuihin ratkaisuihin. Lähteen luotettavuuden analyttisen arvioinnin ja tietojen tarkistamisen ratkaisee etenkin käyttäjän *motivaatio*. Esimerkiksi motivaatio kyseenalaistaa lähde jää heikoksi, mikäli tiedolle on kova ja välitön tarve – kuten kiireisessä verkkotoimituksessa voisi hyvinkin ajatella olevan. Motivaatioon vaikuttavat myös lukijan henkilökohtaiset ominaisuudet: osa nauttii muita enemmän arvioinnin aiheuttamasta aivojumbasta ja toisaalta omia mielipiteitä myötäilevää lähdetä ei epäillä yhtä hanakasti kuin vastahankaista. Olivatpa sen perimmäiset syyt mitä tahansa, lähteiden luotettavuuden huolellinen arviointi vaatii aina kohtalaista motivaatiota. (Dochterman & Stamp 2010; Vraga, Edgerly, Wang & Shah 2011; Metzger, 2007)

Yllä kerrotun perusteella ei voida vielä vetää johtopäätöksiä toimittajien kyvyistä arvioida verkkolähteiden luotettavuutta, saati sitten toimitusten todellisista käytännöistä. Voidaan kuitenkin epäillä, että ainakin tiettyjen ehtojen täytyessä myös kokeneet toimittajat sivuuttavat huolellisen arvioinnin. Voidaan myös ajatella, että erityisen usein näitä riskirajoja sivutaan juuri verkkotoimituksissa.

2.5 Kuinka ammattijournalismi selviää verkossa (ja verkosta)?

Journalistisen ammatin tulevaisuudesta on esitetty varsin eriäviä mielipiteitä. Koska periaatteessa kaikki toimittajan työkalut ja internetin myötä myös yksi merkittävimmistä julkaisualustoista on lähes kenen tahansa saavutettavissa, koko ammattijournalistin käsitteen on ajateltu käyvän pian aikansa eläneeksi (Mitchelstein & Boczkowski 2009, 570–572). Ehkä yleisin ennuste kuitenkin on vain toimittajuuden muutos, ei niinkään sukupuutto. Muutoksen luonteesta ja suunnasta on siitäkkin muutamia eri painotuksia.

Kuten todettua, ajatus ammattijournalismin karsiutumisesta harvojen moniosaaajien eliittijoukoksi on vanha, mutta ainakin toistaiseksi vajavaisesti toteutunut. Sillä on kuitenkin kannattajansa ja kehitys näyttäisi ainakin paikoin kulkevan juuri tähän suuntaan. Työmäärän lisääntymisen sekä tehtävien ja toimittajalta vaadittavien taitojen monipuolistumisen suomalaisessa journalismissa ovat tuoneet esille muun muassa Esa Väliverronen (2011) ja Johanna Vehkoo (2011). Kehitys kohti multimediatoimittajuutta perustuu kuitenkin voittojen tavoitteluun kuluja leikkaamalla, ei niinkään journalismin sopeuttamiseen muuttuvaan mediakenttään.

Tulevaisuuden toimittajan roolia yhteiskunnan kannalta pohtineet ovat ehdottaneet, että tulevaisuudessa ammattijournalisti ei enää olisi julkisuuden portinvartija (gatekeeper), vaan ”portinvahtija” (gatewatcher). Siinä missä toimittaja ennen *valitsi* julkisuuteen nostettavat sisällöt, tulisi hänen tulevaisuudessa *tarkkailla* sinne omin voimin kamppailevia aiheita ja *selittää* ne yleisölle. Suomeksi tehtävästä käytetään joskus sanaa 'tolkullistaminen'. Tausta-ajatus tässä on, että kaiken ei-ammattilaisten tuottaman massan seasta löytyy myös journalistisesti tasokasta sisältöä, jonka ammattilaiset voivat siivilöidä esiin ja kohdistaa siihen sen ansaitseman valokeilan. Toimittajat olisivat ehkä entistä vähemmän julkisen keskustelun osapuolia ja enemmän sen selostajia.

Edellisen kanssa rinnakkaiseksi suunnaksi on hahmoteltu tuotannon asettumista yleisön ja toimittajien väliin. Yhä suurempi osa journalismista (mutta ei kaikkea)

ulkoistettaisiin yleisölle, mutta "äänten kakofonian" keskellä luotettava laatujournalismi tulisi yhä ammattilaisilta (Quandt & Singer 2009, 141). Myös tämä kehitys on jo nupullaan esimerkiksi lukijoiden kuvien ja videon yhä lisääntyvässä hyödyntämisessä.

Kumpikin edellä mainituista, yleisön osallistumista korostavista tulevaisuudennäkymistä tarkoittaisi olennaista muutosta median tuottajien ja kuluttajien suhteessa. Tämä on nähty uuden teknologian väistämättömänä seurauksena (mm. Deuze 2005). On kuitenkin huomattava, että ammattijournalismi voi puolustaa paikkaansa noissa visioissa vain, jos se kykenee säilyttämään yleisön arvostuksen ja luottamuksen. Houkuttaakseen yleisöä etenkin verkkojournalismin on vastattava runsaudenpulan haasteeseen innovatiivisilla sisällöillä, mutta ennen kaikkea sen on säilytettävä yleisö ylläpitämällä ammattijournalismilta odotettua tasoa.

2.6 Shoemaker & Reese: vaikutushierarkiamalli

Pamela Shoemaker ja Stephen Reese (1991) ovat tehneet kunnioitettavan työn yrityksessään luoda yleistajuinen oppikirja kaikesta siitä tutkimuksesta, jota journalistiseen lopputulokseen kohdistuvista vaikutteista on tehty. Laajan perehtymisen luonnollinen seuraus oli oman, luonteeltaan yleisteoriamaisen mallin esittäminen koonnin päätteeksi. *Vaikutushierarkiamalliksi* ("hierarchy of influences") kutsuttu lopputulos on kattavuudessaan kunnioitusta herättävä, mutta sitä soveltaessa on otettava huomioon myös joitain rajoituksia.

Ensiksikin Shoemakerin ja Reesen malli on puhtaan teoreettinen: kaksikko on siteerannut työssään runsaasti aiempaa tutkimusta, mutta monografia ei sisällä omaa, empiiristä tutkimusta. Tämä on toki tutkijoiden itsensäkin auliisti myöntämää ja he suosittelevatkin kehittelmänsä käytettävän jatkotutkimusten teoreettisena taustana. Toisen painoksen (1996, x) esipuheessa he uusivat kehotuksensa testata vaikutushierarkiamallia empiirisin kokein. Tässä suhteessa omat tarkoituksensa

sointuvat vallan hyvin Shoemakerin ja Reesen toivomukseen.

Toiseksi: vaikutushierarkiamalli esiteltiin ensimmäisen kerran jo yli kaksikymmentä vuotta sitten, aikana jolloin internet ei ollut vielä kovin laajalle levinnyt eikä moderni verkkojournalismi ollut vielä ottanut tulta allensa. Suurin osa Shoemakerin ja Reesen siteeraamista tutkimuksista on tehty (yhdysvaltalaisessa) mediamaisemassa, joka poikkeaa merkittävästi nykyisestä. Toisaalta malli on teoreettisuutensa ansiosta helppo mukauttaa myös moderniin, suomalaiseen journalismiin.

Sovellan itse vaikutushierarkiamallia eräänlaisena väljänä johtolankana siitä, mistä lähdekäytäntöihin kohdistuvat vaikutteet voisivat olla peräisin. Niissä kohdin, missä oma tutkimukseni ei pysty suoraan osoittamaan vaikutuksen lähdeä, voi Shoemakerin ja Reesen malli puolestaan tarjota "täytemaata" notkelmiin. Tarkastelen seuraavaksi vaikutushierarkiamallin viittä porrasta ja sitä, kuinka ne kirjoittajien mukaan vaikuttavat journalistiseen tuotteeseen. Tarpeen mukaan päivitän ja tarkennan Shoemakerin ja Reesen huomioita omilla lisäyksilläni erityisesti lähdekäytäntöön liittyen. Esitän portaat alkuperäiseen teoriaan nähden käänteisessä järjestyksessä, alkaen yleisemmästä ja päättyen suppeampaan. Tähän suuntaan vaikutus virtaa myös alkuperäisessä mallissa: laajemman tason ilmiöt vaikuttavat suppeampaan tasoon.

Ideologinen taso on vaikutushierarkian yleisin ja lavein taso. Käsitettä voi avata marxilaisen ideologiakäsityksen kautta: ideologiaa on käsitys normaalista ja epänormaalista, oikeasta ja väärästä, vakavasti otettavasta ja naurettavasta. Tämä tausta näkyy myös Shoemakerin ja Reesen muotoilussa ideologisen tason vaikutuksista: valtaapitävät reagoivat median toimiin "luokkana" sitä yhtenäisemmin mitä radikaalimmin media kyseenalaistaa vallitsevaa yhteiskuntajärjestelmää.

Journalistisiin käytäntöihin ideologia vaikuttaa ensisijaisesti toimittajan, toissijaisesti toimituksen ulkopuolisten yksilöiden maailmankuvien kautta. Jos ilmiö tai mielipide on yleisesti vallalla olevan ideologian mukaan epänormaali, väärä tai naurettava, myös toimittaja yleensä suhtautuu sen edustajiin väheksyen. Koska lähes jokainen

yhteiskunnan jäseneksi itsensä tunnistava ihmisyksilö on edes suurpiirteisesti tietoinen vallitsevasta ideologiasta, ilmenee tuo ideologia kaikissa heidän toimissaan – "kaikki on poliittista".

Lähdekäytäntöjen kannalta voidaan ajatella, että jotain "poikkeavaa" edustavat tai sisältävät lähteet arvioidaan lähtökohtaisesti epäluotettavammiksi tai muuten vähempiarvoisemmiksi kuin valtavirtaista näkökantaa edustavat. Ideologisen tason kannalta olennaista on siis se, miten poikkeavaa maailmankuvaa lähde edustaa.

Joissain tapauksissa ideologia saattaa ohjata toimituksellisia käytäntöjä hyvinkin epäsuorasti. Kärjistettynä esimerkkinä voitaisiin ajatella, että yötyötä tekevät valikoituvat lähteiksi muita harvemmin, koska he tavallisesti nukkuvat silloin kun "normaalit" ihmiset ovat hereillä. Mahdollisuus soittaa lähteelle epäsovinnaisena pidettyyn aikaan saattaa juolahtaa toimittajan mieleen vain, jos totutusta poikkeamiselle on jokin erityisen painava syy.

On myös otettava huomioon, että ideologian vaikutus ei lopu sen ja viestin sisällön väliseen suhteeseen: joidenkin lähteiden luotettavuus on jo itsessään ideologista. Toisin sanoen, joidenkin lähteiden epäileminen on valtavirtaisen ideologian mukaista ja niihin luottaminen poikkeavaa riippumatta siitä, mitä kyseinen lähde kertoo – ja *vice versa*. Esimerkiksi Suomessa luottamus viranomaisiin on varsin vankka, kun taas joissain osissa maailmaa heitä pidetään hyvinkin korruptoituneina ja epäluotettavina.

Ekstramediaalisella tasolla tarkoitetaan kaikkia mediaorganisaation ulkopuolisia toimijoita ja vaikutuksia. Tällaisia ovat esimerkiksi yritykset, yhdistykset ja viranomaiset, mutta myös sattuma ja kohtalon oikut.

Ideologiat muokkaavat tietenkin myös median ulkopuolisten toimijoiden maailmankuvaa siinä missä yksittäisten toimittajienkin – tätä kautta ideologia aloittaa tiikumisensa vaikutushierarkian läpi. Ekstramediaaliset toimijat voivat vaikuttaa journalismiin suoraan esimerkiksi painostamisen tai harkitun tiedottamisen

muodossa. Vaikutukset voivat olla myös välillisiä: esimerkiksi erikoistunut aikakauslehti saattaa markkinapaineiden vaikutuksesta alkaa myötäillä kohdeyleisönsä ideologiaa. Kun lehden linja pidetään kohdeyleisöä miellyttävänä, mainostajat pysyvät lukijoiden tavoin julkaisulle uskollisena.

Sattuma taas voi vaikuttaa journalistiseen tuotteeseen esimerkiksi täyttämällä uutispäivän merkittävillä tapahtumilla, jolloin vähemmän kiinnostaviksi tuomitut tapahtumat jäävät uutisoimatta. Lähdekäytäntöjen kannalta tämä taso on varsin merkittävä, etenkin kun ottaa huomioon tiedotteiden kasvavan merkityksen toimitustyössä. Jo pelkkä tiedotteen oma-aloitteinen lähettäminen toimitukseen saattaa riittää sen valintaan lähteeksi. Tästä syystä tiedottamiseen resursseja sijoittava toimija on viestistään riippumatta pysyvässä etulyöntiasemassa passiivisiin toimijoihin nähden. Tämä heikentää etenkin pienten ja vähävaraisten kansalaisjärjestöjen asemaa tietomarkkinoilla.

On myös todennäköistä, että kohdeyleisön edustajat (tai sen kanssa ideologisesti yhteensopivat tahot) tulevat valituksi lähteeksi todennäköisemmin kuin muut. Samoin journalistien suhde valtiovaltaan ja viranomaisiin voi joissain tapauksissa olla tärkeä: viranomaiset tarjoavat kriittiselle medialle niukemmin tietoa kuin myötäilevälle. Tämä tulee ottaa huomioon, vaikka tilanteen voisi katsoa Suomessa olevan hyvä jo lainsäädännölliseltäkin kannalta. Tiedotusvelvollisuuden yli menevä tietojen antaminen saattaa hyvinkin riippua viranomaisen ja journalistisen organisaation välisestä suhteesta. Shoemaker ja Reese kuvailevat melko suuren joukon tälle tasolle asettuvia vaikutuslähteitä ja -mekanismeja, joista kaikkia ei tässä yhteydessä ole mielekästä luetella.

Organisatorinen taso viittaa mediaorganisaation sisäisiin ominaisuuksiin. Ne kytkeytyvät median ulkopuolisiin toimijoihin esimerkiksi taloudellisiin sidoksiin: mainostuloista elävä toimitus on alttiimpi suuren mainostajan painostukselle kuin vaikkapa julkisrahoitteinen. Shoemaker ja Reese myös huomauttavat, että jos ekstramediaalisella vaikuttajalla on yksityiskohtaista tietoa organisaation sisäisistä ominaisuuksista, se voi käyttää tätä tietoa painostuksen tai strategisen tiedottamisen

suunnittelemiseen. Sopivalla hetkellä lähetetty ja oikein muotoiltu tiedote saattaa päätyä kiireisessä toimituksessa sellaisenaan julkaisuun.

Organisaation sisäisiä ominaisuuksia ovat esimerkiksi organisaation tarve tuottaa voittoa ja julkaisun kohdeyleisö. Lähdekäytäntöihin edellä mainitut seikat voivat vaikuttaa vain hyvin hienovaraisesti, koska yleensä toimittaja hankkii ja valitsee lähteensä itsenäisesti – ei toimituksen johdon välittömässä valvonnassa. Esimerkiksi voidaan kuitenkin ottaa oletus, että vahvasti mainostajista riippuvainen toimitus on tavallista herkempi kallistamaan korvansa juuri mainosasiakkaitaan kohtaan. Joissain tapauksissa tämä voi toki olla myös organisaation johdolta tullut suora määräys, mutta todennäköisemmin tämä suuntautuminen syntyy toimittajan oman harkinnan kautta. Kognitiivisen päätöksen sijaan tämä taipumus syntyy useimmiten alitajuisesti, toimittajan sosiaalistuessa työpaikkansa käytäntöihin – näin organisatorisen tason vaikutukset heijastuvat työrutiineihin, jotka ovat vaikutushierarkiamallin toiseksi alin taso.

Työrutiinien tasolle sijoittuvat arkisten, journalististen käytäntöjen aikaansaamat vaikutukset. Organisaation ominaisuuksien vaikutus sen sisäisiin rutiineihin on ilmeinen. Shoemaker ja Reese toteavat, että etenkin suuren ja byrokraattisen mediaorganisaation johdolla on matala kynnys puuttua toimittajiensa työrutiineihin taloudellisista syistä. Pienemmissä organisaatioissa toimittajat ovat lähellä johtoa ja rutiinit on helpompi perustella johdolle journalistisin syin.

Rutiinit puolestaan voivat vaikuttaa journalistiseen tuotteeseen monellakin tapaa. Aihe, joka ei ilmiselvästi kuulu jollekin toimittajalle määrättyyn vastuualueeseen jää helposti huomiotta, samoin aihe tai aihepiiri jonka toimitus on aikaisemminkin jättänyt huomiotta. Esimerkiksi monen toimittajan rutiineihin kuuluva tapa tarkastaa tiettyjen uutisvälineiden, viranomaisten ja kansalaisjärjestöjen verkkosivut uutistapahtumien varalta karsii jo lähtökohtaisesti suuren joukon potentiaalisia lähteitä.

Yksilötason vaikutukset muodostavat Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkiamallin

kärjen, siihen rikastuvat ylempien tasojen vaikutukset ja vasta siinä toimittaja itse lisää tuotteeseen oman henkilökohtaisen sävynsä. Rutiinien ja yksilön linkki on työssä itsessään: mitä kauemmin toimittaja on työskennellyt samassa toimituksessa, sitä tiukemmin hän noudattaa juuri tuon toimituksen rutiineja. Rutiinit sisäistetään, koska niiden noudattaminen on usein vaatimus tuotetun sisällön julkaisulle, toisaalta myös toimittajan arvostus työtovereidensa silmissä kasvaa sitä mukaa, kun tämä oppii "talon tavoille".

Toimittajan ominaisuuksista lähes kaikki vaikuttavat tämän tuottaman journalismin muotoon, ainakin jossain määrin. Esimerkiksi toimittaja usein käsittelee itseensä nähden erilaisia ihmisiä toisin kuin kaltaisiaan – erilaisuutta ja samanlaisuutta määrittävät ominaisuudet puolestaan voivat olla melkein mitä tahansa. Myös toimittajan asenteet voivat vaikuttaa hänen tuottamaansa journalismiin, silloin kun rutiinit tai muut syyt eivät sitä estä. Tutkimuksen kannalta tämä taso on varsin pulmallinen, koska jos yksilö ei itse kykene artikuloimaan lähdevalintaan vaikuttaneita ominaisuuksiaan, tutkijan on lähes mahdotonta kaivaa niitä esiin – ainakaan riittävän luotettavasti. Tämä pätee myös lähdekäytäntöihin, joten tutkimushaastatteluissani ilmenemättömiä vaikutuslähteitä voidaan tällä tasolla vain arvailla.

3 METODI

3.1 Tutkimuskysymykset ja hypoteesi

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää *mitä lähteitä suomalaiset verkkotoimittajat työssään käyttävät ja miksi he käyttävät kyseisiä lähteitä*. Vastaus ensimmäiseen kysymykseen on oleellinen, jotta jälkimmäinen kysymys voitaisiin edes esittää. Vastaus jälkimmäiseen kysymykseen taas on ensiarvoisen tärkeä journalistisen prosessin arvioimista varten. Kuten tutkimuksen johdannossa kuvailin, käytetty lähde on yksi tärkeimpiä – ellei tärkein – journalistiseen tuotteeseen vaikuttava tekijä. Tutkimuksen tavoitteena on myös kerätä tietoa muista verkkotoimittajien työn piirteistä, jotka saattaisivat vaikuttaa lähdekäytäntöihin.

Aiemman tutkimuksen perusteella on syytä epäillä, että verkkotyön kiireellisyys heikentää lähdekäytäntöjen journalistista laatua. Suomen osalta ilmiöstä on toimittajien haastatteluihin perustuvia viitteitä, mutta ei juurikaan suoranaista näyttöä. Tarkastelen seuraavaksi menetelmiä, joilla edellä mainittuihin kysymyksiin ja siten myös oheiseen hypoteesiin on pyritty hankkimaan vastaus.

3.2 Tutkimuksen metodologinen tausta

Tapaa, jolla verkkotoimittajien lähdekäytäntöjä tutkin, voidaan kuvailla laadulliseksi, etnografiseksi tutkimukseksi. Määritelmä kuitenkin kaipaa avaamista, sillä sen sisältö ei ole itsestäänselvyys. Chris Paterson (2008, 4–5) toteaa, että viestintätieteissä 'etnografista metodologiaa' käytetään usein merkitsemään mitä tahansa kokoelmaa laadullisia menetelmiä. Kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmiä kuvaillessaan Norman Denzin ja Yvonna Lincoln (2008, 3–4) puolestaan mainitsevat laadullisen tutkimuksen olevan monipuolisten metodien yhdistelemistä tai uusien kehittämistä jotain yksilöllistä tutkimustilannetta varten. Kumpaakin yläkäsitettä siis näyttäisi leimaavan huomattava joustavuus ja rajojen utuisuus. Niillä on keskenään

myös runsaasti yhtymäkohtia ja päällekkäisyyksiä.

Yksi edellä mainituista yhtymäkohdista on metodivalikoima. Samat kaksi tutkimusmenetelmää ovat sekä etnografisen että laadullisen tutkimuksen ytimessä: havainnointi ja haastattelu. Juuri näitä kahta menetelmää myös oma tutkimukseni hyödyntää. Sillä, tulisiko tämän tutkimuksen metodologiaa nimittää etnografiseksi vai yleisemmin kvalitatiiviseksi ei siis ole suurta merkitystä.

Havainnointi eli tutkimuskohteen aistinvarainen tarkkailu ja arviointi on varhaisin käytetty tutkimusmetodi – se on palvellut tiedettä aina antiikin ajasta saakka (Adler & Adler 1998, 79–80). Havainnointi on yhä tärkeä metodi etenkin ihmistieteissä ja sen alamuoto *osallistuva havainnointi* on muodostunut etnografisen tutkimuksen arkkityypiksi (Davies 2008, 77). Havainnoinnilla saatuja tietoja täydennetään usein haastatteluilla ja havainnointi–haastattelu -pari muodostaakin sekä 'etnografisten' että 'laadullisten' menetelmien kovan ytimen.

Joukkoviestinnän tuotannon tutkimuksessa havainnointimenetelmiä on käytetty perin vähän. Perinteisen antropologisen, osallistuvan havainnoinnin ominaisuuksiin on kuulunut jopa vuosien mittainen "soluttautuminen" tutkittavan yhteisön keskelle (Davies 2008). Tällainen pitkäkestoinen tutkijan integroiminen esimerkiksi sanomalehden toimitukseen on kuitenkin äärimmäisen hankalaa ja kallista, joten "toimitusetnografiaa" (*newsroom ethnography*) on totuttu tekemään vain lyhyiden vierailujen puitteissa. Vaikka toimitusetnografit ovatkin luopuneet osallistuvan havainnoinnin raskaasta, ortodoksisesta muodosta, journalistisen työn havainnoiva tutkimus on siltikin jäänyt varsin vähäiseksi. (Paterson 2008)

Haastattelu tutkimusmenetelmänä ei juurikaan häviä havainnoinnille iäkkydessään. Andrea Fontana ja James Frey (2008, 121) käyttävät historiallisena esimerkkinä muinaisten egyptiläisten haastatteleamalla tehtyjä väestölaskentoja. Moderni, sosiologinen haastattelututkimus sai alkunsa 1800-luvun lopulla ja jo tuolloin se yhdistettiin etnografiseen havainnointiin. Yhdistelmä on kestänyt nykyaikaan saakka, vaikka kumpikin menetelmästä on jalostunut ja haarautunut vuosien varrella.

(Fontana & Frey 2008, 121–123)

Yksi merkittävimmistä ja vanhimmista jakolinjoista eri haastattelutyyppeiden välillä on erotus strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Tyypeistä edellinen pyrkii säilyttämään datan vertailukelpoisuuden äärimmäisen jäykällä haastattelutilanteiden standardisoinnilla, jälkimmäinen taas aineiston laadullisen runsauden haastattelun vapaudella. Klassinen, etnografinen haastattelu on tyypillisesti strukturoimaton. Kärjistäen tuota menetelmää voisi kuvata tutkijan ja tutkittavan jutusteluna pitkäkestoisen havainnoinnin lomassa (Fontana & Frey 2008, 129). Toimitustyön luonteesta ja havainnointiin liittyvien rajoitusten johdosta tämän tutkimuksen haastattelumenetelmä kuitenkin poikkesi etnografisen haastattelun ideaalimallista.

Tässä tutkimuksessa käyttämäni menetelmä on strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto. Strukturoituja elementtejä siinä ovat ennalta valmisteltu kysymysrunko ja haastattelutilanteen eriyttäminen haastateltavan normaalista toiminnasta. Strukturoimattoman haastattelun piirteitä ovat kysymysten ja vastausten vapaamuotoisuus, aiheesta poikkeamisen salliminen ja yleinen keskusteleavuus. Lisäksi haastattelijan ja haastateltavan välille on väistämättä muodostunut jonkinlainen sosiaalinen suhde (vaikkakin heikko) heidän vietettyään haastattelua edeltäneen työvuoron yhdessä. Tutkimuskohteen osaan samastuminen on tämän tutkimuksen osalta hyväksyttävää, mutta yksi puhtaasti strukturoidun haastattelumenetelmän jyrkästi kieltämistä tapahtumista. (Fontana & Frey 2008, 124–126, 129–130)

Voidaankin siis sanoa sekä havainnointi- että haastattelumenetelmieni olevan klassisten, etnografisten esikuviansa muunnoksia, joita on muokattu käytettävissä olevien resurssien sekä tutkimuskohteen asettamien rajoitusten mukaisiksi. Kappaleen alussa esitettyä Denzinin ja Lincolnin laadullisten menetelmien määritelmää lainatakseni: kyseessä on kokoelma yksittäiseen tutkimustilanteeseen suunniteltuja menetelmiä.

Tyylipuhtaan muotonsa rajallisuudestaan huolimatta etnografinen lähestymistapa on kokenut hetkellisiä suosion kausia myös journalismin tutkimisessa. Ensi kerran tällainen aalto nousi kentässä 1970-luvulla. Se liittyi viestintätutkimuksen yleiseen, sosiologiseen suuntaukseen: viestintä ja sen vaikutukset alettiin nähdä yhä enemmän ihmisten välisen kanssakäymisen rakentamaksi. Luonnollisesti myös journalistisen tuotteen syntyprosessiin vaikuttanut sosiaalinen ympäristö, eli toimitus, kiinnosti tutkijoita. Toimitusetnografisen tutkimuksen suuria nimiä ovat muiden muassa Gaye Tuchman ja Herbert Gans, jotka toimitustyötä tarkkailemalla pyrkivät selittämään miten tapahtumasta tulee uutinen. Myös Shoemaker ja Reese ovat osin rakentaneet vaikutushierarkiamallinsa Tuchmanin, Gansin ja muiden varhaisten toimitusetnografien työlle. Tätä 1980-luvulle asti jatkunutta suuntausta Simon Cottle (2000, 19) kutsuu toimitusetnografian "ensimmäiseksi aalloksi".

Chris Paterson (2008, 3) puolestaan julisti David Domingon kanssa toimittamansa, toimitusetnografisia tutkimuksia esittelevän teoksen esipuheessa Cottlen (2000) kaipaaman "toisen aallon" jo alkaneeksi. Itse asiassa osa teoksen tutkimuksista on peräisin jo 1990-luvulta, joten ajallinen jako kahteen "aaltoon" voidaan toki kyseenalaistaa. Teoreettisilta taustoiltaan aaltoja kuitenkin erottaa tuoreemman suuntauksen herkempi suhtautuminen toimituksen ulkopuoliseen kontekstiin. Toisin sanoen se ei luota aikaisemmissa määrin selitysten löytyvän yksinomaan toimituksen seinien sisältä. Leimallista "toiselle aallolle" on myös erityinen kiinnostus uutta teknologiaa ja sen mahdollisesti toimituksen sosiaaliseen ympäristöön tuomia muutoksia kohtaan. (Paterson 2008, 3–4). Tämän perusteella myös oma tutkimukseni voitaisiin sijoittaa "toimitusetnografian toiseen aaltoon", vaikka se poikkeakin tavoitteidensa suppeudessa etnografialle tyypillisestä holistisuudesta.

3.3 Valittujen metodien soveltaminen käytännössä

3.3.1 Havainnointi

Havainnoinnin tarkoituksena oli selvittää tarkasti *mitä lähteitä verkkotoimittajat käyttivät ja mitkä lähteet verkkotoimittajat hylkäsivät*. Havainnoinnilla kerättiin myös toissijaista tietoa verkkotoimittajien työnkuvasta ja rutiineista.

Jokainen kenttätutkimuksen päivä alkoi havainnointijaksolla, jonka jälkeen havainnoinnin kohteena ollutta verkkotoimittajaa haastateltiin kuluneesta vuorosta. Havainnointijaksot kestivät keskimäärin seitsemän ja puoli tuntia. Havainnoinnit kestivät yleensä vajaan työvuoron ajan, koska monissa tapauksissa työvuoroa lyhennettiin sen lopusta, jotta haastattelu saatiin mahdutettua varsinaiselle työajalle. Yksi tarkkailujakso alkoi noin puoli tuntia varsinaisen työvuoron alettua tutkijan myöhästymisestä johtuen ja toinen lyhentyi useammalla tunnilla tutkimuskohteen epätavallisen päiväohjelman takia.

Ennen havainnoinnin alkua toimittajia ohjeistettiin toimimaan mahdollisimman luonnollisesti, mutta kuitenkin mainitsemaan tutkijalle aina kun he aloittavat uuden jutun työstämisen tai saavat jutun valmiiksi. Tällä haluttiin paitsi varmistaa, että tutkijan muistiinpanot pysyvät ajan tasalla myös kerätä toissijaista tietoa juttuihin käytetystä ajasta. Usein toimittaja keskeytti yhden jutun työstämisen jonkin kiireellisemmän jutun tai muun työtehtävän takia. Myös nämä tauot kirjattiin ylös ja otettiin huomioon juttuihin käytettyä aikaa laskettaessa. Mitattuja aikoja voidaan kuitenkin pitää vain viitteellisinä, koska ne kirjattiin ylös kokonaisten minuuttien tarkkuudella ja koska katkonaisen työskentelyn tarkka mittaaminen oli käytännössä mahdotonta.

"Jutulla" tarkoitetaan tässä yhteydessä mitä tahansa verkkotoimittajan itse tuottamaa, journalistisena julkaistua sisältöä, kuten uutissähkeitä, artikkeleita tai kuvatekstejä. Itse tuotetusta materiaalista tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin ei-journalistisena aineistona kolumnit tai esimerkiksi lukijakommenttien koosteet. Myös

verkkotoimittajien kautta muuttumattomana tai lähes muuttumattomana kulkenut uutistoimistomateriaali jätettiin huomiotta. Verkkotoimittajat tyypillisesti siirsivät uutistoimistolta saadut sähköiset omille verkkosivuilleen kajoamatta muuhun kuin otsikkoon – tällaista siirto- ja stilisointitoimenpidettä ei siis lasketa tässä tutkimuksessa "jutun työstämiseksi". Uutistoimistojen lähettämät sähköiset laskettiin toimittajan työstämiksi jutuiksi, mikäli tämä teki niihin huomattavia muutoksia tai lisäyksiä ja merkitsi itsensä (tai edustamansa uutisorganisaation) kyseisen jutun kirjoittajaksi tai osakirjoittajaksi.

Jutun työstämisen katsottiin alkaneen, kun toimittaja sai tiedon aiheesta esimerkiksi lukemalla sitä koskevan tiedotteen. Juttuun käytetyksi ajaksi laskettiin tiedon etsimiseen ja lukemiseen, yhteystietojen hankkimiseen, haastatteluihin (sekä haastattelumatkoihin) sekä itse jutun kirjoittamiseen ja kuvittamiseen kulunut aika. Työstämiseen käytetyn ajan katsottiin loppuneen, kun juttu joko julkaistiin, ajastettiin julkaistavaksi tai merkittiin toimitusjärjestelmässä valmiiksi. Jo julkaistujen juttujen korjailemiseen tai päivittämiseen käytettyä aikaa ei enää laskettu – samoin jälkikäteen lisättyjen tietojen lähteet jätettiin lähteitä tilastotaessa huomiotta. Syynä tähän on se, että toimittajat saattoivat korjailia jo ennen tarkkailun alkua julkaistuja juttuja ja heidän tarkkailun aikana kirjoittamiaan juttuja saatettiin täydentää myös tutkimuksen jälkeen. Aineiston vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi tutkimuksessa otettiin huomioon vain ne jutut, joiden työstämistä pystyttiin tarkkailemaan alusta ensijulkaisuun asti. Tämä on perusteltua myös toimittajan vastuun kannalta: lukija odottaa jutulta kohtuullista luotettavuutta, vaikka sen jälkikäteen korjaaminen olisikin mahdollista.

Ennen havainnoinnin alkua toimittajille kerrottiin, että tutkija saattaa kysyä heiltä tarkentavia kysymyksiä, mikäli jokin työhön liittyvä toimenpide jää merkitykseltään epäselväksi. Toimittajille kerrottiin myös, että he voivat halutessaan jutella tutkijalle, mikäli kokevat sen luonnolliseksi – tutkija itse pidättäytyi tekemästä aloitetta tutkimukseen liittymättömään keskusteluun. Suurin osa tutkituista verkkotoimittajista vaihtoikin muutaman sanan tutkijan kanssa, mutta pääosin vaikutti oppoavan työhönsä ja jopa unohtavan tutkijan läsnäolon. Tähän viittaisi myös se, että moni

tutkittava unohti heille annetut, juttujen aloittamiseen ja valmiiksi saamiseen liittyneet ohjeet. Jos tutkija havaitsi toimittajan aloittavan uuden jutun ilman erillistä ilmoitusta, hän kysyi asiasta ja teki muistiinpanoihinsa tarvittavat merkinnät.

Tutkittaville ei kerrottu ennen havainnoinnin alkua tutkimuksen tarkkaa aihetta. Asiasta kysyneille kerrottiin aiheena olevan "verkkotoimittajien tiedonhankinta". Mikäli tutkittavat sitä kysyivät, aiheesta kerrottiin heille tarkemmin haastattelun aikana tai sen jälkeen.

Havainnoinnin aikana tutkija seurasi verkkotoimittajan työskentelyä tämän työpisteellä, tavanomaisesti tämän vieressä tai häneen nähden takaviistossa istuen. Tutkija piti kirjaa kaikesta toimittajan itse tuottamasta, journalistisesta sisällöstä, juttuihin käytetystä ajasta sekä lähteistä. Ylös merkittiin myös verkkosivut, joilla toimittaja vieraili vuoronsa aikana sekä hänen lukemansa lehdet, kirjat sekä kaikki muut potentiaaliset tietolähteet, joihin toimittaja tutustui. Joissain tapauksissa tutkija kirjoitti myös ylös sanatarkkoja lainauksia, mikäli toimittaja kertoi hänelle jotain merkityksellistä. Muille kuin tutkijalle osoitettuja kommentteja ei kirjattu ylös. Haastattelun ulkopuolella kirjatut – eli liitteestä 2 puuttuvat – sitaattit on merkitty lisäämällä asteriski sitaatin tunnisteeseen perään.

Tutkija seurasi toimittajia myös heidän poistuessaan toimituksesta työhön liittyvillä asioilla. Ruoka- ja muiden taukojen ajaksi tutkittavat jätettiin rauhaan, elleivät he erikseen pyytäneet tutkijaa liittymään seuraansa, esimerkiksi lounaalle. Joissain toimituksissa tutkija osallistui toimituksellisiin kokouksiin, joissain ei. Palaverien muodollisuudet vaihtelivat, joten jyrkkää rajanvetoa kahvikeskustelun ja pikaisen toimituspalaverin välillä on vaikea tehdä. Osa kokouksista sijoittui myös ennen työvuoron ja siten myös sovitun havainnointijakson alkua. Ei ole kuitenkaan syytä epäillä, että näissä tutkimukselta katveeseen jääneissä hetkissä toimittajat olisivat hankkineet ja arvioineet lähteitä, jotka eivät olisi tulleet ilmi myöhemmin vuoron aikana. Näin ainakin voisi yleistää tutkijan havainnoimien kokousten, taukojen ja ruokatuntien perusteella.

3.3.2 Haastattelu

Tutkimuksen haastatteluosion tarkoituksena oli kerätä tietoa verkkotoimittajien näkemyksistä lähteiden luotettavuudesta, heidän tavoistaan arvioida lähteiden luotettavuutta sekä arvioistaan lähdekäytäntöjen syistä. Yleisesti ilmaisten haastatteluilla pyrittiin selvittämään *miksi* verkkotoimittajat toimivat kuten toimivat. Käytäntöjä ja niiden syitä käsitellään seikkaperäisemmin tulosten tarkastelun yhteydessä.

Haastattelut järjestettiin pääsääntöisesti heti havainnointijakson päätteeksi; vain yksi haastattelu tapahtui – toimittajan pyynnöstä – havainnointia seuraavana päivänä. Noin puolituntiset haastattelut luettiin yleensä varsinaiseen työaikaan. Joissain toimituksissa haastattelut pidettiin täysimittaisen vuoron päätteeksi ja haastatteluun kulunut aika kehoitettiin merkitsemään ylitöiksi. Päätöksen tekivät toimitusten esimiehet tai toimittajat itse, eikä tutkimuksen aikana järjestelmällisesti kerätty tietoa siitä saivatko toimittajat palkkaa haastattelun ajalta. On toki mahdollista, että seikalla oli vaikutuksensa toimittajien kiinnostukseen osallistua tutkimukseen ja heidän intoonsa saada haastattelu nopeasti päätökseensä (eli vastausten yksityiskohtaisuuteen ja pituuteen). Todennäköisempää on kuitenkin, että erot toimittajien persoonallisuuksissa ja kokemuksissa ovat haastattelujen eroja parhaiten selittäviä tekijöitä.

Haastattelut järjestettiin mahdollisimman rauhallisessa tilassa, tyypillisesti erillisessä huoneessa. Toisinaan haastattelu kuitenkin jouduttiin tekemään yleisen tilan nurkkauksessa, kuitenkin niin, että haastateltava pystyi puhumaan ilman pelkoa tulla esimiehen tai kollegan kuulemaksi. Haastateltava ja tutkija istuivat kasvokkain pöydän ääreen nauhuri välissään ja keskustelivat työvuoron aikana kirjoitetuista jutuista, niiden lähteistä sekä lähteiden luotettavuudesta. Tutkijalla oli käytössään suuntaa-antava kysymysrunko (ks. liite 1), mutta haastattelut pyrittiin pitämään epämuodollisina. Lähes poikkeuksetta keskustelut poikkesivatkin enemmän tai vähemmän kysymysrunгон rakenteesta, tuottaen silti kaivattua aineistoa.

Ennen varsinaisen haastattelun aloittamista tutkija selitti haastateltavalle haastattelun rakenteen. Haastateltaville kerrottiin, että juttuja läpi käytäessä heitä pyydetään muistelemaan käyttämiään lähteitä ja sitä, miksi he pitivät kyseisiä lähteitä riittävän luotettavina. Samoin pyydettiin jokaisen jutun kohdalla muistelemaan mahdollisesti hylättyjä lähteitä ja syitä niiden käyttämättä jättämiseen.

Haastattelujen aluksi toimittajilta kerättiin henkilökohtaisia taustatietoja. Jokaisen haastateltavan ikä ja koulutustausta kirjattiin ylös, lisäksi haastateltavia pyydettiin kertomaan työhistoriastaan yleisesti toimittajana ja erityisesti verkkotoimittajana. Vaikka nämä tiedot nauhoitettiin osana haastattelua, niitä ei litteroitu vaan tiedot kerättiin erilliseen taulukkoon. Syynä tähän oli pyrkimys haastateltavien henkilöllisyyden salaamiseen.

Taustatietojen jälkeen tutkija kävi haastateltavan kanssa läpi vuoron aikana tuotetut jutut aikajärjestyksessä. Tutkija tarkisti käytettyjä lähteitä koskevat muistiinpanonsa haastateltavalta, näin varmistaen sekä käytetyt lähteet että lähteet, joihin toimittaja oli tutustunut, mutta jota ei ollut jutussa käyttänyt. Tarvittaessa tutkija täydensi muistiinpanoihinsa tukeutuen toimittajan kertomusta. Toimittajia pyydettiin myös arvioimaan mainittujen lähteiden luotettavuutta ja perustelemaan päätöstään käyttää tai olla käyttämättä lähdetä. Jos samat lähteet – kuten viranomaistahot – toistuivat useissa jutuissa, niitä käsiteltiin joukkona (tai kuten käytännössä tapahtui, haastateltavien sallittiin viitata niihin toteamuksella "arvioin samalla tavalla kuin edellisenkin jutun kohdalla").

Haastattelun lopuksi toimittajia pyydettiin kertomaan verkkotoimituksen lähteitä koskevista säännöistä ja käytännöistä, mikäli sellaisia oli olemassa. Heitä pyydettiin myös kertomaan yleisesti verkkotoimittajan työstä. Haastateltavia saatettiin myös pyytää palaamaan jonkin tietyn lähderyhmän luotettavuuteen tai johonkin muuhun erityisen silmiinpistävään piirteeseen työssään. Aivan lopuksi haastateltaville annettiin mahdollisuus lisätä jotain "verkkotoimittajan työhön yleisesti tai lähdekäytäntöihin erityisesti liittyvää". Suurin osa toimittajista päätyi lisäämään haastatteluun jotakin, vaikka lisäykset toisinaan jäivätkin tutkimuksen kannalta vähämerkityksellisiksi.

Yksi (odottamattoman pitkäksi venynyt) haastattelu jouduttiin typistämään haastateltavan kiireen takia. Tuolloin yksilöllisiä lähdeyhdistelmiä sisältäneet jutut käytiin läpi yksitellen, mutta esimerkiksi suuri joukko samoihin viranomaislähteisiin perustuneita juttuja käsiteltiin joukkona. On mahdollista, että tässä tapauksessa joitain lähteitä jäi käsittelemättä, mikäli tutkijan muistiinpanoissa oli näiden yhteen niputettujen juttujen lähteitä koskevia virheitä. Samassa haastattelussa myös verkkotoimittajan työnkuvaa koskeva kysymys käytiin poikkeuksellisesti läpi viittaamalla vuoron tapahtumiin sen sijaan, että haastateltavaa olisi pyydetty luettelemaan tehtäviään.

Nauhoitetut haastattelut litteroitiin alun henkilötiedot pois lukien kokonaisuudessaan, äännähdyksiä, epäröintejä ja kesken jääneitä lauseita myöten. Haastattelujen puhekielisyys on pyritty säilyttämään mahdollisimman autenttisenä, mutta luettavuuden parantamiseksi joitain sanoja on kirjoitettu puhuttua sovinnaisemmassa muodossa. Tunnistettavuuden välttämiseksi joitain erityisen murteellisia puhetapoja on lievennetty, mutta tässä tarkoituksessa ei ole kuitenkaan poistettu sanoja, korvattu niitä toisilla tai sanajärjestyä muutettu.

Litteroinnin aikana haastatteluista kuitenkin jätettiin pois toimittajien ja haastateltavien nimiä, juttujen yksityiskohtia tai muita seikkoja, joiden perusteella kyseessä olevan toimituksen ja toimittajan voisi tunnistaa. Kaikki kohdat, joista sanoja poistettiin, on merkitty litteroituihin haastatteluihin hakasuluissa olevin selittein: esimerkiksi paikkojen nimet on korvattu merkinnällä "[kaupungin nimi]", "[paikannimi]", "[paikkakunnan nimi]" tai "[maakunnan nimi]".

Valtakunnallisesti merkittävien juttujen, ulkomaita koskevien juttujen ja tunnettujen henkilöiden kohdalla haastatteluja ei ole sensuroitu, mikäli näistä yksityiskohdista ei jutun julkaissutta toimitusta ole mahdollista päätellä (ainakaan ilman kohtuutonta vaivannäköä). Merkinnällä "[emomedia]" on korvattu sen yhtiön tai organisaation erisnimi, jolla on viitattu haastateltavan työllistävään mediaorganisaatioon. Myös kilpailevien mediaorganisaatioiden erisnimet on korvattu merkinnällä "[mediaorganisaatio]", uutistoimistojen erisnimet on korvattu merkinnällä

"[uutistoimisto]". Mikäli samassa haastattelussa on merkityksellisesti ja toistuvasti viitattu useampiin eri organisaatioihin, on ne erotettu toisistaan kirjaimin: esimerkiksi "[mediaorganisaatio A]" tai "[uutistoimisto B]". Merkinnät ovat haastattelukohtaisia: "[mediaorganisaatio A:lla]" viitataan haastattelun ajan samaan julkaisuun, mutta haastattelujen välillä vastaavuutta ei ole kuin sattumalta. Muutamissa kohdissa mediaorganisaatioiden nimet on jätetty näkyviin, jos jotkin haastateltavan kommentit eivät muuten olisi ymmärrettävissä. Samat nimet saattavat kuitenkin esiintyä muualla samassa haastattelussa sensuroituina.

Sensuroinnin tarkoitus on salata paitsi haastateltavien, myös heidän edustamiensa mediaorganisaatioiden identiteetti. Tutkimuksen tarkoitus ei ole eritellä toimitusten välisiä eroja ja toisaalta hienovaraisuus myös oli joidenkin toimitusten ehto tutkimukseen osallistumiseksi. Tutkimuksen tekstissä lainattuja haastattelujen katkelmia on vielä luettavuuden parantamiseksi siistitty entisestään. Sensuroiden, mutta lähes tavulleen litteroidut haastattelut löytyvät kokonaisuudessaan liitteestä 2.

3.3.3 Metodien perustelu

Tutkimuksessa käytettyjen metodien yhdistelmä on varsin sovinnainen, mutta raskautensa takia aihepiirissä harvakseltaan käytetty. Journalismin lähteet eivät silti ole jääneet tyystin vaille huomiota. Nyt käytettyä, aiemmasta poikkeavaa menetelmää täytyykin perustella tutkiskelemalla aiemman tutkimuksen rajoitteita.

Toimittajien käyttämä lähdevalikoima on kiinnostanut tutkijoita jo kauan ja sitä on myös tutkittu maailman sivu. Tyypillisin lähestymistapa on ollut laajaan poikittaisotantaan kohdistettu sisällönanalyysi. Tutkimalla kaikkea lyhyen aikavälin sisällä julkaistua toimituksellista materiaalia on saatu hyvin laaja ja luotettavasti yleistettävä kuva median sisällöstä. Näin on menetelty myös jo aiemmin mainitun, Laura Juntusen (2011) *Leikkaa-liimaa -journalismia* -tutkimuksen kohdalla. Maailmalla menetelmää on käytetty etenkin sen seuraamiseen, kuinka paljon uutistuotannossa hyödynnetään valmiita tiedotteita.

Pelkkään julkaistujen juttujen analyysiin perustuvalla menetelmällä on kuitenkin kaksi olennaista heikkoutta. Ensiksi: se voi tarkimmillaankin tuottaa tietoa vain toimittajan *käyttämistä* lähteistä, ei *käyttämättä jättämistä*. Toisin sanoen toimittajan tekemän tutkimustyön määrä ja lähdevalinnan kriteerit jäävät väistämättä sisällönanalyttisen tutkimusmenetelmän ulottumattomiin. Toiseksi: menetelmä on auttamattoman epätarkka. Eksplisiittisesti ilmaistuja lähteitä laskemalla voidaan kyllä todeta eri lähteisiin perustuvien juttujen *vähimmäismäärä*, mutta todellisista määristä voidaan tehdä vain arvauksia – olkoonkin valistuneita ja analyttisiä sellaisia. Tämän toki myöntää myös Juntunen itse (2011, 44).

Sisällönanalyttisiä tutkimuksia määrävälein toistamalla voidaan kuitenkin saada kuva mediasisältöjen kehityksen suunnasta, vaikka tarkat määrät jäisivätkin selvittämättä. Tällaiseen pitkäjänteiseen, yleistä median tilaa peilaavaan perustutkimukseen menetelmä sopii vallan mainiosti. Valitettavasti Suomen osalta pitkittäissuuntainen lähdetutkimus vielä uupuu, mutta voidaan toki toivoa Juntusen tutkimuksen aloittavan tämän puuttuvan perinteen.

Jotta tutkimus voisi tarjota eväitä myös journalismin kehittämiseen käytännössä, ei kuitenkaan riitä, että se osoittaa *kuinka asiat ovat*. Vasta vastaus kysymykseen *"miksi?"* avaa mahdollisuuden antaa perusteltuja suosituksia, ohjeita tai neuvoja. Paras tapa saada selville, miksi toimittajat käyttävät niitä lähteitä kuin käyttävät, on kysyä sitä heiltä itseltään. Myös Juntusen (2011) tutkimus sisälsi haastatteluja, mutta ne jäivät väistämättä yleisluontoisiksi – eiväthän tutkija ja toimittaja voineet puhua mistään yksittäisestä jutusta, koska heiltä puuttui jaettu tieto juttujen taustalla tapahtuneesta työstä.

Zvi Reich (2011) pyrki paikkaamaan edellä mainittua yhteisen tiedon puutetta työteliäällä valmistelulla ja siten keräämään tarkempaa haastatteluaineistoa. Reich valikoi israelilaislehdistä joukon tiettyjen toimittajien kirjoittamia artikkeleita, joissa hän päätteli käytetyn tutkimuksensa kannalta relevantteja lähteitä. Tämän jälkeen hän pyysi toimittajia poimimaan esivalittujen lehtileikkeiden joukosta muutamia ja kertomaan näiden juttujen taustalla tapahtuneesta lähdevalinnasta. Näin tutkija

varmistui siitä, että keskustelun kohteena ollut juttu todella on olemassa ja julkaistu; haastattelulla toimittajalla puolestaan oli käytettävissään selkeärajainen tapahtuma, jota muistella.

Reichin tutkimus kuitenkin kompastuu menetelmänsä tiukkarajaisuuteen. Vaikka haastattelut olisivatkin voineet tuottaa mielenkiintoista aineistoa, Reich tyytyi määrälliseen analyysiin. Tutkimuksesta opimme kyllä, että toimittajat pitivät 46 prosenttia käyttämistään valtiollisista lähteistä "hyvin luotettavina", mutta muuttujien koodaaminen rajalliseksi määräksi kategorioita heikentää analyysin tarkkuutta. Arviot lähteistä ja päätökset niiden käyttämisestä tehdään aina yksilöllisissä tilanteissa, joissa vaikuttavia tekijöitä ei ole mahdollista palauttaa muutamaankin Likert-asteikon lokeroon.

Potentiaalinen sudenkuoppa on myös se, että tälläkään kertaa tutkijan ei ollut mahdollista varmistaa toimittajan kertomuksen todenperäisyyttä. Itse asiassa Reich meni jopa niin pitkälle, että lähdesuojaa varjellakseen pimitti itseltään tiedon siitä, mistä nimenomaisesta jutusta haastateltava toimittaja milloinkin puhui!

Reichin tutkimus ei kuitenkaan ole vailla ansioita. Se kertoo mitä lähteitä (israelilaiset sanomalehti-) toimittajat (omien sanojensa mukaan) käyttävät ja pitävät luotettavina. Tutkimus myös artikuloi muutamia tekijöitä, jotka vaikuttavat luotettavuusarvion syntyyn. Jälkimmäisen perusteella Reich myös pystyy vastaamaan asettamaansa tutkimuskysymykseen: arvioivatko toimittajat lähteidensä luotettavuutta analyttisesti vai intuitiivisesti? Vaikka tutkimus olisikin kohdistettu suomalaisiin verkkotoimittajiin, ei sen tuottamaa tulosta "sekä että" voitaisi vielä pitää tyydyttävänä. Tästä ja aiemmin mainituista syistä oma tutkimukseni koostuu yksityiskohtaisen havainnoinnin tuloksille perustuvista, vapaamuotoisista haastatteluista sekä laadullisesta analyysistä. Näin saadaan tarkka kuvaus kuhunkin haastattelussa käsiteltyyn juttuun liittyneestä työstä ja selitys toiminnan taustalla tapahtuneesta järjestyksestä.

3.4 Tutkimuskohteet ja niiden valinta

Tutkimukseen valittiin toimittajia erilaisten suomalaisten mediaorganisaatioiden verkkotoimituksista. Kohdetoimituksia valittaessa niiden toimittamien verkkosivustojen lukijamääriä ei otettu huomioon, mutta käytännössä tutkimukseen valikoitui pääasiassa Suomen mediakentässä merkittäviksi luettavia toimijoita.

Syy rajauksen syntyyn on seuraava: Vaikka valtaosa Suomen mediaorganisaatioista onkin läsnä myös internetissä, niillä kaikilla ei kuitenkaan ole omaa, erillistä verkkotoimitustaan. Käytännössä monissa maakuntalehdissä ja esimerkiksi Yleisradion maakuntatoimituksissa verkkosisältö tuotetaan hajautetusti koko toimituskunnan kesken – tämä poikkesi (joskin ymmärrettävistä syistä) aiemmasta oletuksesta täysin eriytyneestä verkkotoimittajien ammattikunnasta. Voidaan kuitenkin ajatella, että kyse on vain rajallisten resurssien taloudellisesta käytöstä, ei niinkään omaleimaisesta verkkojournalismin tuotantotavasta – käytännössä kaikilla riittävän isoilla uutisorganisaatioilla on eriytyneet verkkotoimituksensa.

Verkkojournalismin tuottajakunnan suhteellisesta heterogeenisuudesta huolimatta tähän tutkimukseen haluttiin valikoida mahdollisimman "puhdasrotuisia" verkkotoimittajia. Valitut toimittajat vastasivat ainakin tutkittujen vuorojen aikana vain ja ainoastaan verkkosisällön tuottamisesta ja verkkosivustot myös olivat vuoron aikana kokonaisuudessaan heidän ja heidän verkkotoimittajakollegoidensa vastuulla. Jotkut verkkotoimittajista kertoivat toisinaan tuottavansa sisältöä myös emomediaansa, mutta valtaosa ei. Kaikki tutkitut toimittajat työskentelivät verkkotoimituksissa, suurin osa 'verkkotoimittajan' nimikkeellä. Tutkimukseen osallistui myös esimiesasemassa olevia toimittajia, joskin myös he osallistuivat verkkosisältöjen tuottamiseen. Käsittelen tätä työnjakoa tarkemmin verkkotoimittajia käsittelevässä kappaleessa 4.1.1.

Työruutiineiden muodostumisen ja työympäristöön sosiaalistumisen kannalta voidaan pitää olennaisena, että tutkimukseen valittiin toimittajia, jotka ovat ensisijaisesti juuri verkkotoimittajia. Nämä seikat ovat oleellisia Shoemakerin ja Reesen

vaikutushierarkiamallin viidennellä ja neljännellä, eli henkilökohtaisella ja työrutiinien tasoilla. On kuitenkin huomattava, että tutkimuksessa ei tarkasteltu seikkaperäisesti toimittajien henkilökohtaisia näkemyksiä ammatti-identiteeteistään. Tämän tutkimuksen puitteissa valintaperusteita voidaan kuitenkin pitää riittävän tarkkoina. Lukijan kannalta oleellista on vain se, *kuka* ja *miten* on heidän kuluttamansa journalismin tuottanut ja pääosin kirjoittajat löytyvät edellä kuvailtujen rajojen sisältä.

Tutkimus tehtiin seuraavissa mediaorganisaatioissa. Sanomalehti *Keskisuomalaisesta* tutkimukseen osallistui kolme toimittajaa, *Aamulehdestä* kaksi sekä *Maaseudun Tulevaisuudesta* yksi. Sanomalehti *Helsingin Sanomien* verkkotoimituksesta tutkimukseen osallistui kolme toimittajaa. Iltapäivälehti *Iltalehdestä* osallistui kaksi toimittajaa. Pelkästään internetissä ilmestyvän verkkolehti *Uuden Suomen* toimituksesta tutkimukseen osallistui kaksi toimittajaa. Yleisradion valtakunnallisesta verkkotoimituksesta osallistui kaksi toimittajaa.

Tutkimukseen hankittiin alustava suostumus myös eräistä muista toimituksista, mutta aineiston kylläntymisen myötä tutkitut seitsemän toimitusta katsottiin riittäväksi otannaksi. Vain yksi tutkimukseen pyydetyistä toimituksista yksiselitteisesti kieltäytyi osallistumasta siihen. Perusteluksi esitettiin toimituksen halu suojella liikesalaisuuksiaan. On myös syytä huomata, että käytännön syistä tutkimus voitiin ulottaa vain rajalliseen määrään kaupunkeja ja että nämä kaupungit valikoituivat osin tutkijan henkilökohtaisten matkustusmahdollisuuksien perusteella. Otannan kuitenkin voi katsoa olevan riittävän monipuolinen ja kattava tämän tutkimuksen tavoitteisiin nähden.

Havainnointijaksojen ja haastattelujen ajankohdat olivat käytännössä sattumanvaraisia. Tutkimukseen osallistuneiden toimittajien ja tutkijan aikatauluja sovittamalla tutkimukseen valikoituivat seuraavat päivät: 3., 4., 7., 8., 9., 22., 28. ja 29. tammikuuta, 12., 13., 14. ja 15. helmikuuta, sekä 18., 19. ja 20. maaliskuuta 2013.

3.5 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto koostuu viidestätoista tarkkailu–haastatteluparista. Tarkkailujaksot kestivät kolmesta ja puolesta tunnista lähes yhdeksään tuntiin, niiden keskimääräisen keston ollessa 7 tuntia 19 minuuttia. Yhteensä tarkkailut kestivät siis 109 tuntia ja 48 minuuttia. Nauhoitetut haastattelut kestivät keskimäärin vajaat 27 minuuttia ja niiden yhteispituus on 6 tuntia 39 minuuttia. Havainnointijaksojen aikana kirjoitettiin yhteensä 113 juttua, keskimäärin 7,5 juttua vuoroa kohden.

Havainnointijaksoista tehdyt muistiinpanot, haastattelujen äänitteet sekä niiden litteroidut versiot muodostavat tutkimuksen aineiston. Sekä tarkkailun aikana tehdyt muistiinpanot että alkuperäiset haastatteluäänitteet pidetään kuitenkin kappaleessa 3.3.2 kuvailluista syistä luottamuksellisina. Sensuroiden litteroidut haastattelut muodostavat liitteen 2 (oheisella CD-levyllä).

Haastattelujen ja havainnointien tuloksista koostettiin analyysin helpottamiseksi myös tulostaulukko. Myös tämä koostetaulukko salattiin, koska sen perusteella tutkimukseen osallistuneiden toimittajien henkilöllisyydet olisivat olleet pääteltävissä. Siitä irrotettuja osataulukoita on kuitenkin käytetty tutkimuksen tulosten havainnollistamisessa (kuviot 1, 2 ja 3).

3.6 Aineiston luokittelu

Tämän tutkimuksen tulokset esitellään viidessä kappaleessa, joista kukin käsittelee yhtä tutkimuksessa havaittua *luottamusdiskurssia*. Eri diskurssit pohjautuvat toisistaan poikkeaviin yhdistelmiin Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkiamallissaan esittämiä vaikutuslähteitä. Aineiston perusteella luottamusdiskurssit poikkeavat toisistaan myös pääasiallisilta lähderyhmiltään ja lähdekäytännöiltään. Aineiston sisäiseen logiikkaan perustuva jako ei kuitenkaan ole ainoa mahdollinen, joten nyt käytettyä lähestymistapaa onkin syytä perustella tarkemmin.

Monissa luotettavuustutkimuksissa tuloksia on lähestytty lähderyhmittäin. Lähteet on usein jaettu mediuminsa mukaan ja näin on löydettykin huomattavia eroja ryhmien välillä (esimerkiksi parivaljakon Johnson & Kaye lukuisat tutkimukset 2000-luvulla). Toisaalta etsivä löytää myös mediumin sisäisiä eroja: esimerkiksi tietyytyypisiä verkkolähteitä pidetään luotettavampina kuin toisia (mm. Melican & Dixon 2008). Lopulta eroja lienee löydettävissä myös yksittäisten lähteenkäyttötilanteiden välillä. Edellä mainittujen tutkimusten tavoitteet ovat kuitenkin poikenneet omastani: ne ovat selkeästi pyrkineet eri lähteiden vertailuun, kun taas tämä tutkimus on luonteeltaan avoimempi. Vaikka myös lähderyhmäkohtainen erittely olisi tämän tutkimuksen kohdalla mahdollinen, ei se kuitenkaan olisi paras mahdollinen.

Verkkotoimittajien todellakin havaittiin suhtautuvan eri tyyppisiin lähteisiin eri tavoilla. Erot eivät kuitenkaan loppuneet lähderyhmien välille: kaikkia samantyyppisiä lähteitä ei kohdeltu samalla tavalla, vaan ryhmissä oli havaittavissa myös joitain sisäisiä jakoja. Toisaalta taas jotkin luottamusdiskurssit esiintyivät useissa selvästi erillisissä lähderyhmissä ja jopa "vuosivat yli", esiintyen marginaalisesti myös niille epätyypillisissä ryhmissä. Näin ollen verkkotoimittajien suhtautumisen erottelu lähderyhmäkohtaisesti olisi ollut monimutkainen ja paljolti itseään toistava tapa lähestyä tuloksia.

Lähderyhmäkohtaista jakoa olisi haitannut myös tutkimuksen mittakaavasta juontuva rajoite: suuri osa yksityiskohtaisista lähderyhmistä olisi jäänyt niin pieniksi, ettei niiden kohtelun perusteella olisi voitu tehdä minkäänlaisia yleistyksiä. Esimerkiksi kymmenien poliisi- ja pelastusviranomaislähteisiin perustuvien juttujen ohella havainnoidut toimittajat kirjoittivat vain muutamia muihin viranomaislähteisiin perustuvia juttuja. Lisäksi suhtautuminen eri sirpaleryhmiin ei aina poikennut toisistaan, joten niiden erittelyä voidaan pitää tarpeettomana.

Yllä luetelluista syistä tämän tutkimuksen tulokset on siis järkevintä esittää viiteen eri luottamusdiskurssiin jaettuna. Jokainen diskurssi käsitellään esimerkinomaisesti *sen lähderyhmän puitteissa, jossa se (tässä tutkimuksessa) tyypillisimmin esiintyi*. Tutkimuksessa havaittiin seuraavat viisi luottamusdiskurssia: *Ideologinen luottamus*

(kappale 4.2.1), *pragmaattinen luottamus* (kappale 4.2.2), *pragmaattis-kyyninen luottamus* (kappale 4.2.3), *konsensuaalinen luottamus* (kappale 4.2.4) sekä *kontekstuaalinen luottamus* (kappale 4.2.5).

3.7 Tutkimuseettiset kysymykset

Toimituksiin suuntautuvaan, etnografiseen tutkimukseen liittyvät eettiset pulmat ovat varsin moninaiset. Tutkija on vastuullinen paitsi yksilöille eli tutkimukseen osallistuneille toimittajille myös tämän edustamalle organisaatiolle sekä näiden käyttämille lähteille.

Yksilöiden henkilöllisyys on salattava, koska heidän ammatillisen asemansa voidaan ajatella vaarantuvan, mikäli heidän nykyinen tai tuleva työnantajansa onnistuisi yhdistämään jotkin tutkimuksessa esitellyt vastaukset haastatellun henkilöön. Organisaatioiden kohdalla oleellista on liikesalaisuuksien varjeleminen: ovathan tutkimukseen osallistuneista toimituksista kaikki Yleisradiota lukuun ottamatta yksityisten, voittoa tavoittelevien yritysten osia.

Edellä mainitut pulmat ovat yhteisiä kaikille yritysmaailmassa tehdyille tutkimuksille. Journalistisiin organisaatioihin kohdistuvien tutkimusten erityishuolena on lähdesuojan ylläpitäminen. Niin toimittajien kuin heidät työllistävien toimituksienkin odotetaan tarvittaessa suojelevan lähteitään päätyvästä ulkopuolisten tietoon. Tässä tapauksessa toimitukset eivät voineet välttyä raottamasta lähdesuojaa tutkijalle. Asianomaisia lähteitä ja toisaalta häneen luottaneita journalisteja suojellakseen tutkijan on otettava kantaakseen myös lähdesuojan ylläpitämisen vastuu.

Yksilön suojelemiseen liittyvät kysymykset on ratkaistu yksinkertaisesti salaamalla toimittajien henkilöllisyydet tutkimuksen tekstissä. Nimien sijaan he esiintyvät ainoastaan tunnistenumeroilla (esimerkiksi "Toimittaja 1"). Tutkimukseen osallistuneet mediaorganisaatiot on esitelty kappaleessa 3.4, mutta toimituksia ja

tutkimuksessa haastateltuja toimittajia ei ole missään yhdistetty toisiinsa. Lisäksi haastattelujen litteroinneista on sensuroitu kohtia, joiden perusteella kyseisen mediaorganisaation saattaisi pystyä tunnistamaan. Lähdesuojan nimissä haastatteluista on sensuroitu toimittajien käyttämien lähteiden nimiä tai näiden edustamien organisaatioiden nimiä. Julkisuuden henkilöiden nimiä ei ole sensuroitu, sikäli kun heidän toimittajille antamansa tieto ei ole ollut luottamuksellista (näin ei tapahtunut kertaakaan tutkimuksen aikana). Sensurointikäytäntö on eritelty tarkemmin kappaleessa 3.3.2.

4 TULOKSET

4.1 Suomalainen verkkournalismi 2013

4.1.1 Verkkotoimittajat

Nuoret ammattilaiset

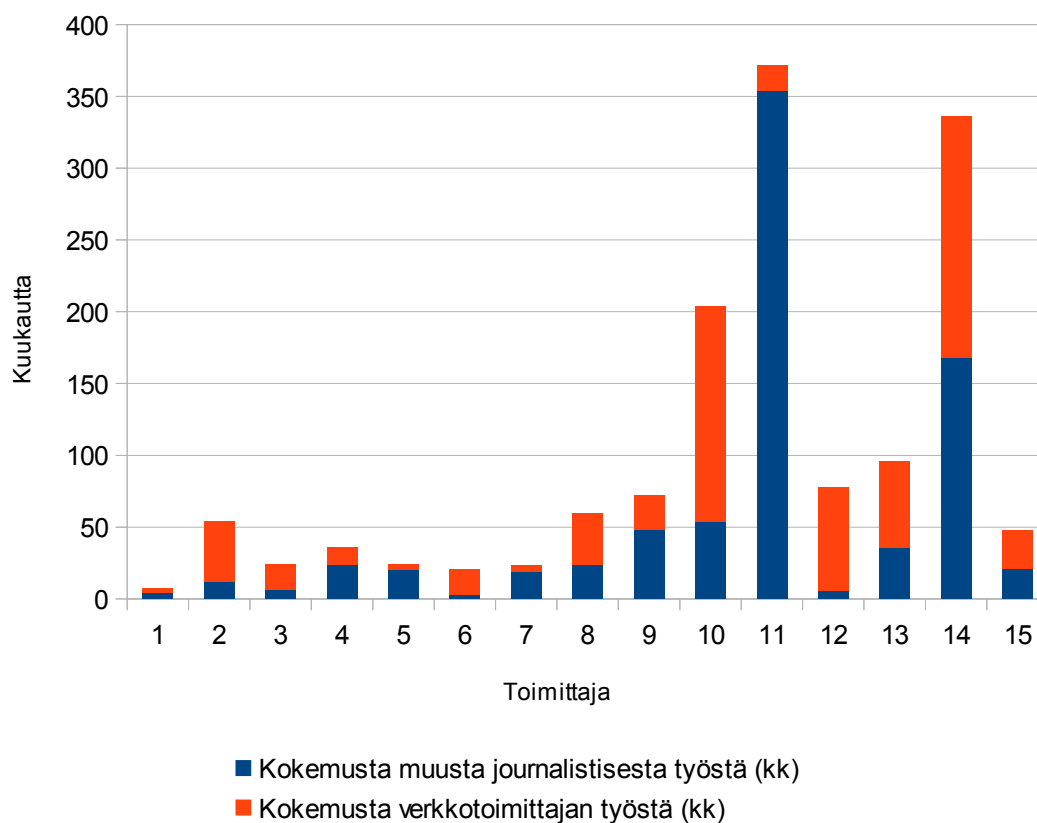
Tähän tutkimukseen osallistuneet verkkotoimittajat olivat karkeasti tyypitellen akateemisesti koulutettuja nuoria aikuisia. Näistä uransa alkuvaiheessa olevista toimittajista suurimmalla osalla oli alle viiden vuoden kokemus journalistisesta työstä ja suurin osa heistä oli viettänyt valtaosan siitä verkkournalismin parissa. Jälkimmäinen seikka tekee erityisen perustelluksi puhua nimenomaan *verkkournalisteista* – erotuksena ajoittain verkkojuttuja tuottaviin printti-, televisio- tai radiotoimittajiin.

Vaikka valtaosa tutkituista verkkotoimittajista sopiikin edelliseen luonnehdintaan, on silti syytä huomata, että näinkin pieneen otokseen mahtui varsin laaja vaihteluväli. Nuorin tutkituista verkkotoimittajista oli 22, vanhin 53-vuotias. Samoin koulutustaso vaihteli ylioppilaasta maisteriin ja työhistorian pituus alle vuodesta yli 30 vuoteen.

Seuraaviin kuvioihin on eritelty muutamia tutkimukseen osallistuneen, 15-henkisen verkkotoimittajajoukon ominaisuuksia. Sitä ennen varoitettakoon, ettei tällainen laadulliseen tutkimukseen suunniteltu otos ole tilastollisesti merkittävä eikä näitä määrällisiä tuloksia siksi tulisi yleistää koskemaan koko verkkotoimittajakuntaa. Näistä tuloksista voi kuitenkin olla hyötyä laadullisia tuloksia tarkastellessa: antavathan ne jotain osviittaa Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkian vaikeimmin analysoitavalla eli yksilötasolla piilevistä vaikuttimista. Kuten kappaleessa 2.6 todettiin, esimerkkejä tällä tasolla vaikuttavista tekijöistä ovat juurikin yksilön työhistoria ja koulutus.

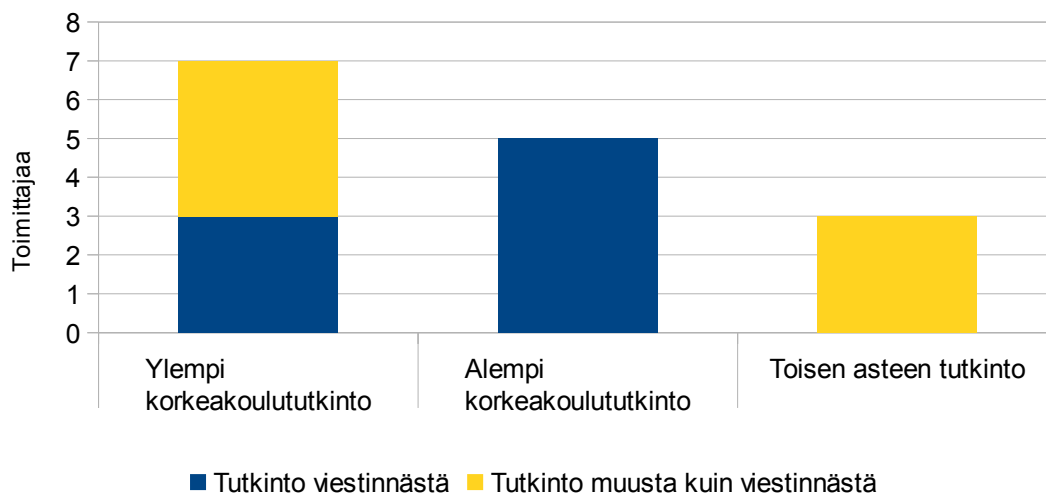
Kuviosta 1 (seuraavalla sivulla) on havaittavissa, kuinka merkittävän osan

työhistoriastaan tässä tutkimuksessa haastatellut toimittajat ovat viettäneet verkkojournalismin parissa. Tämä on merkittävää sekä ammatti-identiteetin muodostumisen että verkkojournalismin työrutiineihin oppimisen kannalta. Pitkiä työuria tehneillä toimittajilla muun kuin verkkotoimittajuuden osuus työelämästä on tietenkin suurempi verkkojournalismin lyhyestä historiasta johtuen.



KUVIO 1 Verkkotoimittajuuden osuus tutkittujen toimittajien työhistoriasta

Suurin osa tähän tutkimukseen osallistuneista verkkotoimittajista oli viestinnän ammattilaisia paitsi ammattinsa myös koulutuksensa puolesta. Kaikki viisi alemman korkeakoulututkinnon suorittanutta toimittajaa opiskelivat tai olivat opiskelleet pääaineenaan viestintää. Ylemmän tutkinnon viestinnästä suorittaneita oli kolme, mutta yhtä lukuun ottamatta kaikki maisterit olivat opiskelleet sivuaineenaan viestintää. Kaikki toisen asteen tutkinnolla työskentelevät olivat ylioppilaita ja suorittaneet (tai parhaillaan suorittivat) viestinnän pääaineopinnot. Tulokset on havainnollistettu seuraavan sivun kuviossa 2.



KUVIO 2 Tutkittujen toimittajien koulutustausta

Tutkitut verkkotoimittajat olivat keski-ikältään 32-vuotiaita. Merkittävää on, että kaksi kolmasosaa, eli kymmenen viidestätoista tutkituista mahtui neljän vuoden vaihteluvälin sisään (27–30 vuotta). Keskiarvo antaa siis tässä tapauksessa varsin hyvän kuvan tutkitusta toimittajajoukosta.

Otoksen sukupuolijakaumakin asettui varsin tasaiseksi, sillä tutkimukseen osallistui kahdeksan naista ja seitsemän miestä. Naisten lievä yliedustus vastaa myös muun toimittajakunnan rakennetta: Suomen Journalistiliiton jäsenistöstä naisia oli vuoden 2011 alussa noin 57 prosenttia (Suomen Journalistiliitto 2013).

Tuottajia ja toimittajia

Tämän tutkimuksen perusteella suomalainen verkkojournalismi tuotetaan karkeasti jakaen kahdella eri tavalla. Näitä eri tavoin työskenteleviä journalisteja voitaisiin kutsua vaikkapa *tuottajiksi* ja *toimittajiksi*. Käytännössä jakolinja on häilyvä: tehtävät ovat päällekkäisiä ja ammattinimikkeitä käytetään epäjohdonmukaisesti. Joitain suuntaviivoja voidaan kuitenkin vetää.

Kuten kappaleessa 3.4 todettiin, monissa keskikokoisissa toimituksissa verkkomateriaali tuotetaan koko toimituksen voimin. Usein näissä toimituksissa on kuitenkin vakituisesti tehtävään nimetty tai kiertävällä vuorolla tehtävää hoitava

verkkotuottaja. Hän paitsi tuottaa itse verkkomateriaalia, myös editoi muiden toimittajien juttuja sekä hoitaa niiden julkaisemisen organisaation verkkosivulla. Suuremmissa toimituksissa tuottaja saattaa toimia muiden verkkotoimittajien esimiehenä. Tuottajat saattavat kirjoittaa itsekin juttuja, mutta heidän työnkuvansa painottuu hallinnolliselle puolelle. Seuraava, hyvin "puhdasta" verkkotuottajan työtä tekevän toimittajan kuvaus tehtävästään on havainnollistava:

"Pitää huolta, että [emomedian verkkosivulla] pitää uutispito, että meillä on kaikki yleinen ja tärkeä, mutta mukana lisäksi on myös paljon omaa ja tärkeää ja omaa ja kiinnostavaa, laidasta laitaan. -- [E]nnen kaikkee se, että mitä saitilta puuttuu, mitä sinne pitäis saada, mitä laitetaan työn alle. -- [E]rityisesti juttujen haaliminen [emomedian] osastoilta, jossa tehdään siis paljon materiaalia verkkoon." (Toimittaja 10)

Verkkotoimittaja puolestaan on toimittaja, jonka pääasiallinen tehtävä on tuottaa journalistista materiaalia mediaorganisaationsa verkkosivulla julkaistavaksi. Hänen työnkuvansa vastaa hyvin pitkälti perinteistä toimittajan ammattia, joskin modernin julkaisukanavan asettamien vaatimusten muokkaamana.

"[P]erus toimittajan työtähän toi on, se vaan, että siihen kuuluu toi netin räplääminen ja juttujen myös kuvittaminen." (Toimittaja 12)

Verkkotoimittajuus on useimmiten pysyvä tehtävä, mutta verkkotoimituksiin saatetaan myös kierrättää toimittajia toimituksen muista osista. Samalla tavalla verkkotoimituksen sisäinen vuorokierto saattaa vaihtaa työntekijän tehtäviä toimittajuudesta tuottajuuteen ja *vice versa*.

Suurissa ja työnjaoltaan hienostuneissa toimituksissa verkkotoimittajien ja -tuottajien erot ovat tyypillisesti selkeimmillään. Sen sijaan pienemmissä molemmat tehtävät yleensä yhdistyvät yhdessä työntekijässä. Suurin osa tähän tutkimukseen osallistuneista toimittajista hoiti ainakin osaa kummankin ryhmän tehtävistä. Painotuksissa oli kuitenkin selkeitä eroja, vaikka ne eivät aina heijastelleetkaan

toimittajien virallisia ammattinimikkeitä.

Koska suurin osa työtehtävistä on verkkotuottajille ja -toimittajille käytännössä yhteisiä, käsitellään heitä tässä tutkimuksessa yhtenä "verkkotoimittajiksi" kutsuttuna joukkona. Ammattikunnan heterogeenisuus on kuitenkin hyvä panna merkille tuloksia tarkasteltaessa: osa tarkkailluista toimittajista tuotti jo työnkuvansa takia huomattavasti vähemmän juttuja kuin muut.

4.1.2 Kuinka verkkojournalismia tehdään?

Verkkotoimittajien työnkuva on huomattavan laaja. Journalistisen sisällön tuottamisen lisäksi heidän tehtäviinsä kuuluu runsaasti erilaisia teknisiä ja tukitehtäviä. Heillä on usein huomattavan paljon itsenäisyyttä, mutta myös vastuuta verkkosivujen sisällöstä. Uusien juttujen julkaiseminen sekä julkaisuajankohdan ja juttujärjestyksen päättäminen eivät kuulu ainoastaan esimiesten, vaan usein myös rivitoimittajien tehtäviin. Verkkotoimittajat tarvittaessa muokkaavat ja kuvittavat itsenäisesti uutistoimistomateriaalia sekä kollegoidensa kirjoittamia juttuja. Tämä on välttämätöntäkin, sillä toimittajat työskentelevät esimerkiksi ilta- ja aamuvuorojen aikana usein yksin.

"-- Eli siis tietenkin koko verkkosivun ilme on, silloin kun olen vuorossa, niin se on silloin mun vastuulla eli mun tehtävä on pitää se sivu tuoreen näköisenä ja laittaa sinne myös muilta toimittajilta tulleita juttuja."

(Toimittaja 1)

Sivuston hallinnoiminen on joissain toimituksissa hyvinkin työteliäs ja tarkkaa harkintakykyä vaativa tehtävä. Etusivulle nostettujen juttujen tulisi vastata suurin piirtein niiden tärkeysjärjestystä kuten perinteisessäkin mediassa, mutta toisaalta myös yleisön ailahteleva mielenkiinto määrittää jutun asemaa. Sen, kuinka monta kertaa lukijat ovat avanneet jonkin yksittäisen jutun – eli "klikkien" – tarkkaileminen on jatkuvaa työtä, jonka tuottamalla tiedolla verkkotoimittaja yrittää ohjata sivustoaan lukijakilpailun kärkeen. Juttujen suosion tarkkaileminen on erittäin

yleistä, mutta sen vaikutukset käytännön toimiin vaihtelevat toimitusten välillä – kukaan haastatelluista ei kuitenkaan kieltänyt suosion vaikutusta juttujen asemaan sivustolla.

"-- [V]erkkotoimittaja hallinnoi sitä meidän verkkoetusivua ja kattoo sitten vähän sitä niin, sit niitä juttujen -- prioriteetteja siinä etusivulla."

(Toimittaja 7)

"Kun katsoo kävijämääriä, niin se [juttu] kiinnosti ihmisiä kovasti, mikä tietysti on yks mikä arvottaa juttujen järjestystä, luonnollisesti."

(Toimittaja 8)

On yleistä, että verkkotoimittajat käyttävät useampia tietoteknisiä järjestelmiä kuin kollegansa: emomedian toimitusjärjestelmän lisäksi heidän työpisteillään pyörii myös verkkosivustojen toimitusjärjestelmiä, sekä mahdollisesti erilaisia sähköposti- ja muokkaustyökaluja. Kollegoidensa tai uutistoimistojen juttuja julkaistessaan he saattavat editoida ja kuvittaa ne, jolloin he joutuvat hyvinkin nopeaan tahtiin vaihtamaan ohjelmistosta toiseen.

Tietotekniikan ylenpalttisuus näkyy toisinaan järjestelmien epävakaudessa: lähes jokainen tutkimukseen osallistunut verkkotoimittaja kohtasi työvuoronsa aikana pienempiä tai suurempia atk-ongelmia. Järjestelmät hidastuivat, pysähtyivät, kaatuivat tai jotkin niiden toiminnot lakkasivat toimimasta odotetusti. Toisinaan ongelmat veivät jo huomattavia osia verkkotoimittajien työajasta. Toimittajista suurimmalla osalla oli kuitenkin vain tavanomaisiksi kuvailtavat tietotekniset valmiudet, joten ongelmien selvittely jäi yleensä atk-tukihenkilöille tai yrityksille, joille tuki oli ulkoistettu. Vaikka tarkkaillut verkkotoimittajat vaikuttivatkin oppineen työskentelemään ongelmien ympärillä, vaikeudet kuormittivat heitä silmin nähden. Tarkkailun aikana eräs haastatelluista arvioi turhautuneena, että toimituksen työteho nousisi "20 prosentilla", jos tietokoneongelmista päästäisiin. Monet toimittajista myönsivät tämän myös haastattelujen aikana.

Haastattelija: Okei. Sit sulla oli aika paljon tänään tietoteknisiä ongelmia.

Toimittaja 7: Noh, niitä oli kanssa, mutta niitä nyt on aina kun tietokoneiden kanssa, puuhaillaan.

Haastattelija: Onko niitä täällä verkkotoimituksen puolella enemmän kuin muualla?

Toimittaja 7: No on varmaan, koska me nyt käytetään aika paljon niinku ohjelmia, siis enemmän kuin ketkään muut, ehkä.

Toki toimitusten välillä havaittiin suuriakin eroja tietoteknisten ongelmien yleisyydessä ja vakavuudessa. Verkkotoimittajan työn tekninen rasitus ei kuitenkaan ole merkityksetön, kun otetaan huomioon kuinka kiireistä ja rikkonaista työ jo muutenkin on. Huomattava osa verkkotoimittajien työajasta kuuluukin ei-journalistiseksi tai journalistiseksi tukityöksi luettaviin askareisiin, kuten jo edellä mainittuun kuvittamiseen. Tutkittujen verkkotoimittajien työajasta yleensä yli puolet kului muihin tehtäviin. Omien juttujen työstämiseen käytettiin keskimäärin vain vajaat kolme tuntia (k/a 2 t 45 min). Tämä piirre oli yhteinen niin verkkotoimittajien kuin -tuottajienkin työlle.

"Et se on välillä vähän... -- [K]aikkee muuta kun journalistista työtä, et sä vastaat puhelimeen ja ohjaat sen vaikka kulttuuritoimittajalle."

(Toimittaja 2)

Muun muassa suhteiden ylläpitäminen yleisöön on siirtynyt yhä enemmän juuri verkkotoimittajien vastuulle. Pääkanava tässä on sosiaalinen media, vaikka vihjeitä ja palautetta saapuu verkkotoimittajille myös puhelimitse ja sähköpostin kautta. Yleisimmin käytetty yhteisöpalvelu on Facebook, toisinaan sen rinnalla (muttei koskaan sen tilalla) havaittiin käytettävän mikroblogipalvelu Twitteriä. Sosiaalisen median korostamisesta huolimatta tutkitut toimittajat viettivät sen parissa vain vähän aikaa.

Haastattelija: Avasit myöskin Facebookin ja Twitterin sivut, mutta en nähnyt että oisit tehnyt mitään.

*Toimittaja 3: Yleensä ne on mulla kyllä auki, mutta nyt oli kyllä tosiaan semmonen päivä *nauraa*, nää aamuvuorot joskus on tosiaan tämmösiä, että niissä ei kerkee sinne vilkastakaan.*

Uutena jakelukanavana käyttämisen lisäksi sosiaalista mediaa hyödynnetään myös juttujen ideoinnissa. Paitsi toimitukselle osoitettuja suoranaisia vihjeitä, verkkotoimittajat tarkkailevat hetkittäin myös muuta yhteisöpalveluissa käytävää keskustelua.

"Ehkä verkkoympäristössä tommoset, niinku, joku Facebookissa kirjottaa hauskan jutun sinne, niin siinä voi olla ihan hyvä verkkojutun, niinku aihe."

(Toimittaja 3)

Mielenkiintoista on, että osa verkkotoimittajista käyttää tähän toimintaan paitsi organisaationsa, myös henkilökohtaisiaan sosiaalisen median käyttäjätilejä.

Verkkotoimittajien vastuulle kuuluva, ei-journalistinen työtehtävä on usein myös kommentti- ja keskustelualueiden moderointi niin omalla sivustolla kuin yhteisöpalveluissakin. Tätä tehtävää tutkimukseen osallistuneet toimittajat pitivät melko epäkiittolisena: alatyylisen yleisönosastokirjoitusten läpi kahlaaminen koettiin turhauttavana ja sensuurin soveltamisesta seurasi usein negatiivista palautetta lukijoilta.

Epämieluisana ja toissijaisena pidetty moderointi usein jääkin kiireellisempien tehtävien jalkoihin: yleisön kirjoituksiin perehdytään katkonaisesti muun työn lomassa. Tosin sama rikkonaisuus leimaa suurta osaa muustakin työskentelystä. Yhden aloitetun jutun lomassa saatetaan kirjoittaa useita muitakin, ajankohtaisemman aiheen aina kiilatessa tärkeysjärjestyksen kärkeen. Ei ole tavatonta, että jotkin vähemmän tärkeät jutut jäävät lopulta kokonaan kirjoittamatta

niiden hautautuessa keskeytysten alle.

*"Jos on sellainen ihminen, että haluaa keskittyä tekemiseensä, tämä ei ole silloin oikea työpaikka. Vaikka varmaan kaikki meistä haluaisi vähän enemmän keskittyä." (Toimittaja 15)**

"Tossa on yleensä niinku tosi paljon tekemistä, vaikka nytkin oli oikeestaan koko ajan vähän jotain. -- Siis verkkotoimittajallahan on hirveen hektistä ja meillähän tohon sisältyy tosi paljon erilaisia tehtäviä." (Toimittaja 2)

"-- [K]yllä täällä joskus saa painaa ihan korvat punasina, et on ollut tosi paljon duunia." (Toimittaja 2)

"No, yleensä on aika kiireistä. Varsinkin tää oli nyt aamuvuoro, niin aamuvuorot on kiireisiä." (Toimittaja 1)

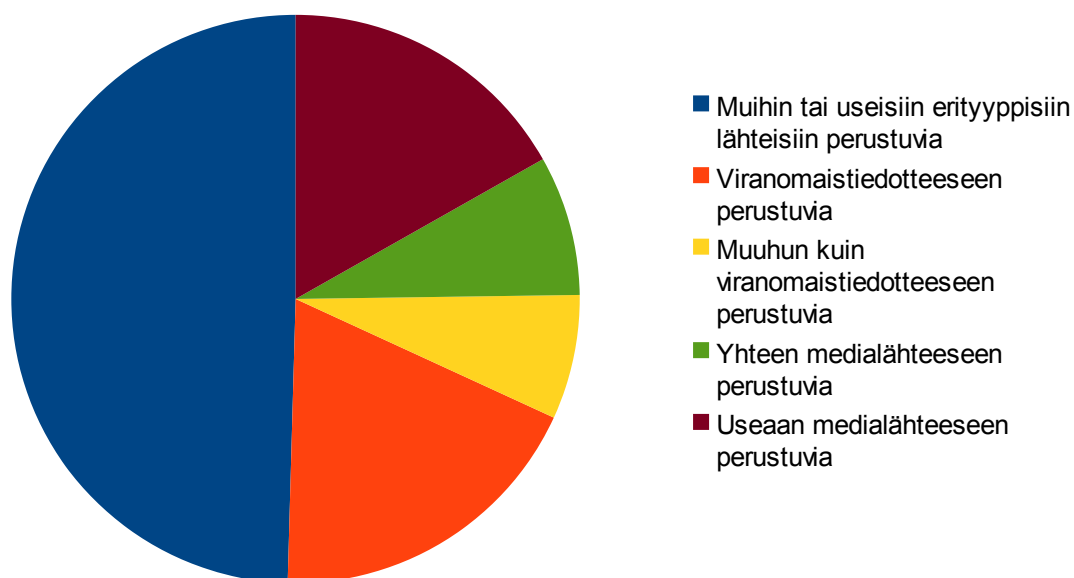
Silloin kun verkkotoimittajilla on aikaa kirjoittaa omiakin juttujaan, heillä harvemmin on mahdollisuutta poistua toimituksesta. Tämä jo vanhemmassa kirjallisuudessa mainittu seikka sai tässä tutkimuksessa hyvin selkeän vahvistuksen: vain yhdessä tutkimukseen osallistuneessa toimituksessa verkkotoimittajilla oli työnsä puolesta mahdollista poistua työpisteeltään.

"Mutta joskus on niin kiireistä, että ei tossa todellakaan ehdi lähtee mihinkään." (Toimittaja 2)

"[Työvuoro oli] [o]ikeestaan semmonen, että oli sitten pakko vaan ettiä niinku muualta sitä juttua, että ei, tosta ei voi lähtee tonne kadulle katteleen." (Toimittaja 7)

Kappaleessa 2.3 kuvailtu riippuvuus sähköisistä lähteistä pitää siis paikkansa myös suomalaisten verkkotoimittajien kohdalla. Tiedotteet, sekä viranomais- että muut, ovat erityisen tärkeässä asemassa myös heidän työssään. Verkkotoimittajan vastuulla

on ylläpitää yleisön mielenkiintoa julkaisemalla jatkuvasti uutta materiaalia, joten aktiiviset tiedottajat tuovat huomattavan helpotuksen toimittajien työtaakkaan. Tutkimuksen aikana havainnoiduista jutuista viidennes (25,6%) perustuikin pelkästään tiedotteisiin. Osuus olisi vielä suurempi, jos mukaan luettaisiin jutut, joita varten toimittaja soitti lisätietoja tiedotteen laatijalta ja perusti juttunsa näihin tietoihin.



KUVIO 3 Lähteiden käyttö havainnoiduissa jutuissa

Mikäli jatkuvaa uutisvirtaa ruokkiva tiedotetarjonta syystä tai toisesta hiljenee, joutuvat toimittajat turvautumaan yhä enemmän muun median lainaamiseen. Oman verkkosivuston päivitystahdin hidastumista ei kiihkeässä lukijakilpailussa voi sallia. Niinpä toinen neljännes (24,7%) tämän tutkimuksen jutuista perustui pelkkiin medialainoihin. Lisäksi muuta mediaa käytetään juttujen ideoinnissa silloinkin, kun varsinaiset tiedot hankittiin muualta.

"[T]änään oli todella hiljanen ilta. -- [J]os halus sinne meidän verkkosivulle jotain juttuja, niin ei ollu oikeestaan muita vaihtoehtoja kuin lähtee ettiin sitä tietoo muilta verkkosivuilta ja sitten kattoo, että mitä viranomaiset tiedottaa, et mitä tänään on tapahtunu." (Toimittaja 7)

"Useimmiten käytän [ulkomaista uutissivustoa] sillein, että mä katon, että niillä on joku juttu jostain muualt päin maailmaa ja sit mä etsin sen ensi käden lähteen siihen." (Toimittaja 12)

Muu media määrittää verkkotoimittajien työtä myös tiedotteiden riittäessä. Toisaalta kilpailijoiden esille nostamiin, tärkeisiin aiheisiin pitää tarttua kiinni välittömästi; toisaalta muuta mediaa pitää tarkkailla voidakseen erottua siitä edukseen. Verkkotoimittajat selaavatkin työnsä lomassa ahkerasti muita uutissivustoja sekä niiden otsikoita koostavia aggregaattorisivustoja, kuten *Ampparit.com*:ia.

*"[Työhön kuuluu] uutisseuranta, siis toimituksen sähköpostin seuraaminen, se koko maailman kaikkien medioiden seuraaminen *nauraa*. Elikkä siis kansainvälisesti ja valtakunnallisesti pitää seurata mediaa, että mitä tapahtuu ja ideoida niitä juttuja sitten siltä pohjalta." (Toimittaja 4)*

"[K]annattaa katsoa, mitä muut on siitä kirjottanu ja tavallaan löytää siitä samasta uutisesta, uutistoimiston lisällä joku toinen kärki siihen. Ehkä mielenkiintosempi pointti, et tavallaan, et mä kerron sen saman uutisen, mut mulla on eri otsikko siinä. Ei... Eli siis tässäkin taustalla myös mietittynä se, et miten mä saan lukijat ohjattua meidän uutiseen." (Toimittaja 8)

Seuraava, toimittajan 13 havainnoinnin aikana kirjattu kommenttipari kuvaa hyvin verkkomedian yhteen kietoutunutta luonnetta. Toimituksessa pantiin merkille kilpailevan verkkosivuston lainanneen toimituksen juttua vain muutamien minuuttien kuluttua sen julkaisusta. Toimittajat pitivät tätä kuitenkin aivan tavanomaisena käytäntönä.

Toimittaja 13:Kaikkihan ne meitä kyttää.*

Kollega: Ja me niitä. Se on nykyaikaa.*

4.1.3 Tapaus Ampparit.com

Ampparit.com on suosituin suomalainen uutisaggregaatiopalvelu. Sen toimintaperiaate on lainattu sellaisilta esikuvilta kuin yhdysvaltalainen *Yahoo! News*. Yksinkertaistaen kyseessä on automatisoitu verkkopalvelu, jonka ohjelmisto noutaa tuoreimpien artikkeleiden otsikot eri uutissivustoilta ja luo linkit niihin. Näin lukija voi yhtä aggregaatiosivustoa silmäilemällä käydä läpi kymmenten, ellei satojen eri uutissivustojen tarjonnan.

Uutistarjontaa kokoavia aggregaatiosivustoja on ollut olemassa jo vuosia. Lajinsa uranuurtajiin ja yhäkin jättiläisiin kuuluva *Yahoo! News* aloitti toimintansa vuonna 2001 ja Suomessa käytännössä monopoliasemaan jäänyt *Ampparit.com* 2004. Verkkjournalismi sekä koostesivustot ovat kummatkin kehittyneet noista ajoista, mutta kenties suurin mullistus on tapahtunut näiden kahden välisessä suhteessa.

Heti ilmaantumisensa jälkeen muiden tuottamaa sisältöä koostavat sivustot saivat osakseen jyrkkää kritiikkiä mediayrityksiltä. Niiden katsottiin loisivan sisällöntuottajien kyljessä ja vievän osan niiden mainostuloista ohjaamalla lukijat alkuperäisen uutissivuston sijaan aggregaatiopalvelun etusivulle. Koostesivustoja vaadittiin lopettamaan vastikkeeton lainaaminen, mutta pääasiassa turhaan. *Ampparit.com* näyttäisi kuitenkin vaihtaneen uutisorganisaatioiden kanssa paikkoja journalistisessa ravintoketjussa.

Vaikka RSS-syöteteknologia (*rich site summary*) mahdollistaisikin henkilökohtaisten, automaattisesti päivittyvien uutiskoosteiden rakentamisen, on *Ampparit.com* käytännössä Suomessa haastamaton verkkouutisten markkinapaikka. Yhä suurempi osa verkkouutisten lukijoista löytää tiensä uutissivustoille juuri sen linkkien kautta. Niinpä myös verkkotoimittajat yrittävät optimoida juttunsa – ja etenkin niiden otsikot – juuri *Ampparit.comia* ajatellen.

"Pitää saada paljon klikkejä. Se on yksi, yksi asia tässä työssä."

(Toimittaja 3)

"[M]usta tuntuu että se innostaa toimittajia siinä otsikoinnissa, ainakin meillä. Se myös innostaa seuraamaan ja sitten se myöskin vaikuttaa siihen, että me ollaan esimerkiks listattu, tehty sellaisia listoja sanoista, joita on käytetty otsikoissa, jotka on hyvin vetänyt Amppareissa, jotka on pärjännyt."
(Toimittaja 4)

Verkkotoimittajat myös seuraavat ahkerasti juttujensa menestystä *Ampparit.comin* listauksissa. Klikkauslaskurit tekevät yleisön kiinnostuksen mittaamisesta helppoa ja toimittajat pysyvätkin varsin tietoisina siitä, mikä yleisöä houkuttelee. Jutuille saatetaan kirjoittaa erilliset, vain aggregaatiopalveluissa näkyvät otsikot.

Toisaalta joidenkin juttujen päätyminen koostesivuille saatetaan kokonaan estää teknisesti, jos se katsotaan aiheelliseksi. Eräs haastateltu toimittaja kertoi, että *Ampparit.com*:iin halutaan näytille vain juttuja, jotka sisältävät jotain kilpailijoiden tarjonnasta poikkeavaa:

"Jos me ei muokata [uutistoimiston] uutista, etitä siihen lisää tietoa uutistoimistoist, muista medioista, niin me koodataan se uutinen niin että me ei esimerkiks Amppareihin mennä listautumaan. Ja se on semmonen sopimus mikä meillä on. -- [J]os kaikilla on se sama uutinen käytettävissä, niin mitä järkee siinä on julkasta sitä? Esimerkiks [kilpaileva mediaorganisaatio] tekee ympäri vuorokauden duunia, verkossa, ja me alotetaan seittemältä. Niin me halutaan sit taas niinku viedä se uutinen yhtä askelta eteenpäin. Vaikka se materiaali on sama." (Toimittaja 8)

Näyttäisikin siltä, että aggregaatiotivustot ovat pakottaneet toimittajat mukautumaan olemassaolonsa. Vaikka varsinainen työmäärän lisäys onkin häviävän pieni, on koostesivustojen huomioiminen selvästi lisännyt työn rasittavuutta. Ymmärrettävästi hetki hetkeltä elävän suosiomittarin seuraaminen stressaa ainakin osaa verkkotoimittajista, vaikka onnistumiset olisivatkin nautittavia.

"Ja sit toisaalta tässä on aika brutaaliakin siinä mielessä, aika kovaa, että siitä niinku näkee että onks se juttu hyvä vai huono. -- [K]yllähän se tekee tavallaan myös siitä kilpailusta aika julmaa ja sit siitä, et niinku pärjäämisestä. Se on, se on niin sellanen raaka mittari sille että onko juttu hyvä vai ei. -- [P]ystyy niin helposti kilpaileen muiden verkkolehtien kanssa [J]os tehdään vaikka samasta aiheesta juttu ja sitten toisella vetää jotain tuhansia klikkejä ja toisella ei, niin sit voidaan miettii että onks siinä otsikossa jotain vikaa vai ollaanks me epäonnistuttu jotenkin. Niin siis se on... Se on kyllä sellanen paikka missä se kilpailu näkyy kaikkein niinku raaimmillaan, tavallaan." (Toimittaja 4)

4.2 Lähteet ja luottamus

Tämän tutkimuksen perusteella tunnistettiin viisi erilaista syykokonaisuutta, joiden perusteella verkkotoimittajat uskaltautuivat käyttämään erilaisia lähteitä. Näitä suhtautumisen tapoja kutsun jatkossa *luottamusdiskursseiksi*. Ennen luottamusdiskurssien tarkempaa käsittelyä on syytä painottaa, että käsitettä "luottamus" käytetään tässä yhteydessä varsin laajassa merkityksessä.

Luottamuksella ei tarkoiteta (ainoastaan) ehdotonta uskoa lähteen tai tiedon objektiiviseen todenmukaisuuteen, vaan myös luottamusta journalistisessa mielessä riittävään tarkkuuteen. Laveimmillaan voidaankin sanoa toimittajien luottamuksen kohdistuvan lähteen *käyttökelpoisuuteen*. Silloin, kun tehty arvostelma kohdistuu *tiedon paikkansapitävyyteen*, risteää analyysi tietoteorian, opin tiedon luonteesta, kanssa. Tarvittaessa viitataan joihinkin tunnetuimpiin teorioihin, mutta suurimmalta osin jätän epistemologisen pohdiskelun tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Loppujen lopuksi tietoteorian kautta selitetty usko tiedon paikkansapitävyyteen on vain yksi monista mahdollisista syistä lähteen käyttämiselle – ja itse asiassa varsin marginaalinen sellainen. Erilaiset syyt näihin käyttökelpoisuusarvostelmiin kiteytyvät seuraavaksi käsittelemissäni luottamusdiskursseissa.

4.2.1 Luotettavan synonyymit: Ideologinen luottamus

Viranomaislähteet ovat tämän tutkimuksen perusteella yksi verkkotoimittajien yleisimmin käyttämistä lähderyhmistä. Verkkotoimittajat myös pitävät näitä lähteitä selvästi luotettavampina, kuin muita lähteitä. Viranomaislähteiksi luetaan tässä tutkimuksessa poliisi, pelastuslaitos, oikeuslaitos, valtion erillislaitokset kuten Evira tai Trafi sekä kaikki julkishallinnon edustajat kuten kunnat, kaupungit ja ministeriöt. Lähteiksi luetaan sekä viranomaisten lähettämät tiedotteet että näiden antamat haastattelut, toimitustavasta riippumatta.

Lähes kaikki tarkkaillut verkkotoimittajat vaikuttivat luottavan viranomaislähteiden tietoihin varauksetta: muualta saatuja tietoja tarkistettiin toisinaan viranomaisilta, mutta viranomaisten antamat tiedot kelpasivat käytännössä aina sellaisenaan julkaistaviksi. Haastatteluissa esiin nousi kuitenkin kaksi erillistä suhtautumista tai perustelua luottamukselle. Ne yleensä esiintyivät limittäin, vaikka haastatteluissaan verkkotoimittajat painottivatkin niitä eri tavalla. Yhdessä ne kuitenkin muodostavat varsin kattavan selityksen viranomaislähteisiin kohdistuvalle luottamukselle.

Näitä luottamuksen diskursseja kutsun *ideologiseksi* ja *pragmaattiseksi luottamukseksi*. Jälkimmäisen alalajiksi voidaan lukea myös (viranomaisten kohdalla vähemmistöön jäävä) *pragmaattis-kyynisen luottamuksen* juonne. Viimeksi mainittu esiintyi tyypillisimmin medialähteiden ryhmässä, joten käsittelen sitä laajemmin vasta kappaleessa 4.2.4.

Toisinaan esiin tuli myös *kontekstuaaliseksi luottamukseksi* kutsumani diskurssi, eli tilannekohtaisista seikoista johtuva, ei niinkään kategorisesti lähteeseen kohdistuva luottamus. Se puolestaan esiintyi yleisimmin muiden lähdetyyppien kuin viranomaislähteiden kohdalla, joten käsittelen sitä tuonnempana, kappaleessa 4.2.5.

Lähinnä viranomaislähteitä koskevista diskursseista ensimmäisenä esiin tullut oli pitää viranomaislähteiden luotettavuutta itsestään selvänä. Tulkinta on tutkijan subjektiivinen, mutta moni haastatelluista näytti yllättyvän tai peräti huvittuvan, kun

heiltä kysyttiin syytä luottamukseensa viranomaisia kohtaan. Käytännössä luottamus tuli esiin ainakin siinä, kuinka usein viranomaislähteitä käytettiin rutiininomaisesti juttujen ainoina lähteinä. Seuraavat kommentit kuvaavat melko hyvin tätä suhtautumistapaa:

"[P]oliisia mä pidän tosi luotettavana koska se siis poliisin tehtävä ylipäänsä on valvoa tota niinku oikeudenmukaisuutta ja lakia Suomessa, että jos Suomen poliisiin ei voi luottaa niin sit mä en enää tiedä mihin voi."

(Toimittaja 2)

"No ainuthan mihin periaatteessa luotetaan kivenkovaan on poliisi. Ensitiedot tulee palokunnalta, eli niihin – koska se on myös viranomanen niin myös niihin luotetaan." (Toimittaja 3)

"[V]iranomaislähteet nyt on ainakin itellä, niinku poliisi ja pelastustoimi on semmosia, mihin niinku... Mistä ei kukaan oo erikseen sanonu, mutta niin, kuitenkin luotan niihin." (Toimittaja 7)

Kategorisen luottamuksen syytä voi hakea Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkian ensimmäiseltä, eli ideologiselta tasolta. Tuolla tasollahan sijaitsevat kulttuurilliset käsitykset siitä, mikä on normaalia ja mikä epänormaalia. Koska kyse on valtavirtaisista näkemyksistä, myös toimittajat usein kantavat näitä samoja näkemyksiä – ja vaikka eivät kantaisikaan, heidän silti täytyisi soveltaa niitä voidakseen kaupata uutistuotteensa suurelle yleisölle.

Luottamus viranomaisiin on Suomessa paitsi koko yhteiskunnan läpi leikkaava ilmiö, myös ajallisesti hyvin vakaa. Eriyisen luotettavina ja kunnioitettuina on pidetty ja pidetään yhä juuri poliisia ja pelastuslaitosta. Luottamus ei ole tuulesta temmattua: kansainvälisessä vertailussa suomalaiset viranomaiset näyttäytyvät varsin luotettavina ja korruptoitumattomina. Tai näin ainakin valtaosa suomalaisista uskoo (se, pitääkö usko paikkansa, on ideologian käsitteen kannalta toisarvoista).

Yksinkertaistaen voidaan sanoa, että ainakin osa tutkituista verkkotoimittajista luotti rutiininomaisesti viranomaislähteisiin, koska viranomaisia ei yleisen käsityksen mukaan ole syytä epäillä. Vaikkei asiaa tämän tutkimuksen puitteissa voidakaan todistaa, on syytä olettaa ettei tämä suuntaus rajoitu pelkästään verkkotoimittajiin. Ideologian suhde viranomaisiin on pysynyt samana ajasta kauan ennen koko verkkotoimittajien ammattiryhmän tai edes internetin syntyä. Koska ideologia ei ole suoraan sidottu yksittäisiin muutoksiin esimerkiksi teknologiassa tai ammattiryhmän työtavoissa, ei ideologisen luottamuksen voi myöskään olettaa muttuvan ilman koko yhteiskunnan läpäisevää, ideologista mullistusta. Vaikutushierarkiamallin mukaisesti ideologia on siis toimituksesta riippumaton, mutta siihen vaikutuksensa ulottava tekijä. Muutokset journalistisessa työnkuvassa (verkossa tai muissa välineissä) eivät kykene kajoamaan ideologian vaikutukseen, vaikka ne pystyvätkin puremaan ideologian heijastevaikutuksiin hierarkian alemmilla portailla.

Tämä ei tietenkään tarkoita sitä, että tutkimukseen osallistuneet verkkotoimittajat olisivat tyystin sokeita viranomaisten mahdollisille virheille tai väärinkäytöksille. Tarkemmin asiaa pohtiessaan moni heistä mainitsi virheiden mahdollisuuden ja osa myös muisteli uralleen sattuneita tapauksia, joissa viranomaiselta saadut tiedot olivat osoittautuneet vääriksi. Ideologinen luottamus näkyy pikemminkin siinä, ettei epäily viranomaisia kohtaan juolahda kovin helposti juttua kirjoittavan toimittajan mieleen – ei ainakaan yhtä usein kuin muiden lähderyhmien kohdalla.

"Kyllä mä Eviran tiedotteita pidän hyvin luotettavina. [E]n edes alkanu epäillä, että siinä on jotain. Et se on kuitenkin valvontaviranomainen."

(Toimittaja 8)

Tällä tavalla ideologian vaikutukset siirtyvät työrutiineihin, eli Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkian neljännelle tasolle: yhdestä lähteestä saadut tiedot tarkistetaan rutiininomaisesti kun toisiin luotetaan epäilyksettä. Ideologisen tason luottamus on varsin voimallinen tekijä, sillä kuten olemme hierarkiamallista oppineet, ensimmäisen tason vaikutus läpäisee myös kaikki muut tasot. Tällä on vaikutusta myös muihin lähderyhmiin: viranomaistietojen vastaista väittävä lähde

saattaa menettää uskottavuutensa asettumalla ideologiseen marginaaliin. Sana sanaa vastaan -tilanteessa ideologisesti luotettu lähde vie voiton. Toisinaan tämä saattaa johtaa jopa absurdeihin tilanteisiin:

"-- [V]aikka me tiedetäänkin että jotain sellasta on tapahtunut, niin tota, jos poliisi ei vaikka vahvista sitä niin me ei voida julkaista sitä. Et tavallaan se virkavalta antaa sen viimeisen sinetöinnin sille et se on luotettava se juttu."

(Toimittaja 2)

Yllä kuvattu tilanne lähestyy kaikessa kummallisuudessaankin jo pragmaattisen, tai jopa kyynisen luottamuksen diskurssia. Käsittelen seuraavaksi näistä edellistä.

4.2.2 Ilman ei pärjätä: Pragmaattinen luottamus

Moni haastatelluista verkkotoimittajista käytti viranomaislähteitä epäröimättä, mutta kysyttäessä kuitenkin suhtautui niihin varauksellisesti. He perustelivat ratkaisuaan muun muassa sillä, että viranomaislähteet ovat *riittävän* luotettavia tai ainakin helposti saatavilla olevista lähteistä luotettavimpia. Toisin sanoen heidän luottamuksensa viranomaisia kohtaan oli lähinnä käytännöllistä. Kuten mainittua, monet haastatelluista toivat esiin sekä pragmaattisen että ideologisen luottamuksen piirteitä viranomaislähteistä puhuessaan.

Tässä tutkimuksessa tehtyjen havaintojen perusteella pragmaattinen luottamus näyttäisi perustuvan kolmeen seikkaan: *asiantuntijuuteen, saatavuuteen* tai *aiempaan kokemukseen*. Asiantuntijuuteen viitanneet toimittajat perustelivat luottamustaan muun muassa sillä, että viranomaisten tehtäviin usein kuuluu juurikin asioiden tutkiminen ja niistä perillä oleminen. Monesti viranomainen myös saattaa olla ainoa taho, jolla ylipäätään on olemassa tietoa jutun aiheesta. Ei olekaan tavatonta, että asiantuntijuusperuste sekoittuu saatavuusperusteeseen.

Tiedon saatavuuteen vetoaminen on vähemmän luottamusta ja enemmän olosuhteiden pakkoa korostava perustelu: tieto on helppo hankkia

tiedotusvelvollisuuden sitomalta viranomaiselta, joka usein on myös tottunut tiedottamaan tekemisistään medialle. Saatavuustekijä yhdistyy asiantuntijuuteen etenkin poliisiin ja pelastustoimen, mutta myös muiden viranomaistahojen kohdalla:

"Liikenneturva, vähän vastaava kuin Evira, [ovat] siis [sen] tyyppisiä instansseja jotka niinku seuraa näitä asioita ja tekee niistä... Siis tutkimuksia, kuten tääkin nyt oli tehty. Niin kyllä mä lähtisin luottamaan siihen, koska periaatteessa tommosii tutkimuksii, niin... Mistä sä tota tietoo muuten saat?"

(Toimittaja 8)

On huomattava, ettei saatavuus voi yksin olla *luottamuksen* peruste, vaikka se edesauttaisikin luottamuksen muodostumista. Näinhän kappaleessa 2.4 todettiin: ankara tarve tiedolle tekee lähteeseen luottamisesta houkuttelevampaa kuin sen epäilemisestä. Toisinaan tietoa olisi saatavissa muistakin lähteistä, mutta sen hankkiminen on verkkotoimittajalle kuitenkin käytännössä mahdotonta tai ainakin hyvin hankalaa. Kiireen keskellä tietoa siis haetaan ennestään tutuista, helposti saavutettavista ja luotettavina pidetyistä lähteistä. Pragmaattisen luottamuksen osalla myös työnkuvan muutokset, kuten kiireen lisääntyminen, alkavat vaikuttaa luotettavuusarvostelmiin. Tämä havainto vastaa muualta maailmasta saatuja tuloksia (ks. kappale 2.3).

"[M]onesti niihin lukijoilta tullessiin vinkkeihin olis kiva tarttua, mutta verkossa niiden tarkistamiseen ei aina ole aikaa mikä ainakin mun mielestä voi vaikuttaa siihen, että niihin ei sitten niin helposti tartu, kuin just näihin poliisi, pelastustoimi, koska ei kuitenkaan uskalla luottaa siihen [yleisövihjeeseen]." (Toimittaja 1)

Edellisessä sitaatissa tulee hyvin esille, kuinka ideologinen luottamus vaikuttaa työrutiineiden ja pragmaattisen luottamuksen muodostumiseen: ajan ollessa kortilla käytetään vain lähteitä, joiden tarkistamiseen ei tarvitse hukata aikaa. Tämä vastaa Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkiamallissa ideologisen tason vaikutusten välittymistä työrutiineiden tasolle.

Ideologisen ja pragmaattisen luottamuksen yhdistelmää hyvin kuvaava on myös erään toisen haastateltavan kertoma esimerkki: Kaksi lukijaa halusi itsestään kirjoitetun poliisiuutisen oikaistavaksi virheellisenä. Toimittaja ei kuitenkaan katsonut asian tutkimista tarpeelliseksi eikä hän toisaalta olisi siihen ehtinytkään:

"Heidän mukaansa se meni se asia aivan täysin toisin, kuin mitä se poliisi tiedotti. -- Yks vaihtoehto ois, että mä soittasin poliisilaitokselle josta mut ohjattais sinne [paikalla] sillä hetkellä olleelle poliisipartiolle ja tilaisin niiltä raportit niistä tilanteista, mutta sitten taas että... Miksi tehdä näin, että enkö mä luota poliisiin, mitä se tiedottaa? Ja tähän ei ois myöskään riittänyt aika. Elikkä se jäi sitten niinku siihen." (Toimittaja 3)

Ideologinen luottamus yhdistettynä työkiireisiin siis johti toimittajan tekemään ennen kaikkea käytännöllisen päätöksen luottaa viranomaiseen. Voidaan toki kyseenalaistaa, olisivatko juuri käytännöllisyyttä haastatteluissaan painottaneet verkkotoimittajat todella suhteutuneet viranomaistietoihin toisin, jos heillä olisi ollut niille käytännöllinen vaihtoehto. Varmasti voidaan sanoa vain, että he ainakin kysyttäessä tunnistavat viranomaistietoihin luottamisen potentiaaliset ongelmat.

Pragmaattisen luottamuksen muodostumiseen vaikuttavat asiantuntijuuden ja saatavuuden lisäksi vielä myös toimittajien *aikaisemmat kokemukset* lähteistä. Tämä on myös yksi Zvi Reichin (2011) käyttämistä, analyttiseen harkintaan perustuvan luottamuksen merkeistä. Käytännössä kaikilla toimittajilla, myös nyt tutkituilla, on tällaista kokemusta viranomaislähteistä. Vaikka viranomaiset toisinaan tekevätkin virheitä tai julkaisevat heikkotasoisia tiedotemateriaalia, kokemus on kuitenkin osoittanut heidät vilpittömiksi ja kohtalaisen luotettaviksi lähteiksi, haastateltavat järkeilivät:

"Ollaan me täällä toimituksessa keskusteltu siitäkin, että me luotetaan tavallaan sokeesti poliisitiedotteisiin, että sieltä kun tulee tiedote niin me odotetaan että tää on nyt niinku täysin totta. Mut ei meille oo tullut sellasta tilannetta myöskään eteen, että niissä ois oikeestaan isoja virheitä, että sieltä

olis tullut täysin väärää tietoa." (Toimittaja 4)

Kuten todettua, pragmaattiseen luottamukseen sisältyy ainakin joidenkin verkkotoimittajien puheessa tietty kyyninen juonne. Viranomaisiin saatetaan suhtautua epäluottamuksella tai heidän luotettavuuttaan jopa pitää yhdentekevänä seikkana. Osa verkkotoimittajista esimerkiksi korosti, ettei työtä olisi edes mahdollista tehdä, jos ei pystyisi luottamaan viranomaislähteisiin niitä tarkistamatta:

"Jos viranomaiset laittaa [tiedotteen] keskeistä väyläänsä, -- jos me niitä epäiltäis ja soiteltais niiden sisällön [perään], että 'oletko nyt ylitarkastaja varma, että tämän tiedotteen sisältö on oikea tai tässä ei ole annettu väärää informaatiota?', niin kyl tää työ menis vähän jumalattoman hankalaksi. -- [E]ttä jos [sitä], mitä on kirjoitettu siihen [tiedotteeseen] epäiltäis niin... Tai en pitäis sitä luotettavana, niin... Niin niin. Mahdottomakshan tää työ menis sitten." (Toimittaja 10)

Toimittajan itsensä luottamuksen sijaan tärkeämpää on yleisön luottamus viranomaisiin: heitä käytetään rutiininomaisesti lähteinä, koska heihin lukijatkin luottavat. Voidaan puhua *luotettavuuden rituaalista*, jota toimittajat noudattavat käyttämällä viranomaistietoja jopa vastoin omaa, parempaa tietoaan (kuten kappaleen 4.2.1 lopun sitaatissa).

"Luotettavuuden rituaalilla" viitataan tietenkin Gaye Tuchmanin (1972) lanseeraamaan objektiivisuuden strateginen rituaali -käsitteeseen, joka kiteyttää uutistyössä yleisen tavan sijoittaa väitteet lainauksiin sen sijaan, että toimittaja itse esittäisi väitteitä käsiteltävän asian laidasta. Tämäkin ilmiö nousi toki esiin haastatteluissa ja sillä perusteltiin myös viranomaislähteiden varauksetonta käyttöä:

"Mehän uutisoidaan se, että mitä poliisi kertoo. Me ei välttämättä uutisoida sitä, että... Että 'asia on näin'." (Toimittaja 4)

Myös "luotettavuuden rituaalilla", jos termin hyväksyy, pyritään varmistamaan jutun

kirjoittajan uskottavuus siinä tapauksessa, että jokin jutussa esitetyistä väitteistä osoittautuu paikkaansa pitämättömäksi. Erotuksena Tuchmanin klassikkoon, luotettavuuden rituaali ei perustu (pelkästään) lähteiden siteeraamiseen, vaan nimenomaisesti valtavirtaisen ideologian luotettavana pitämien lähteiden – tässä tapauksessa viranomaisten – siteeraamiseen. Vaikka he sattuisivatkin erehtymään, ei toimittajaa voi syyttää virheestä: kyllähän nyt viranomaiseen pitäisi voida luottaa! Tällaisen lähteen paljastuminen epäluotettavaksi nähdään pikemminkin mahdollisuutena, kuin uhkana:

"No, sillon kun poliisi tiedottaa niin mä meen sillä viranomaistiedolla, mitä heillä on, koska jos poliisi tekee virheen niin... Sit mä voin tehdä myös siitä uutisen." (Toimittaja 8)

Näin kyyninen suhtautuminen viranomaislähteitä kohtaan ei kuitenkaan ollut tutkimusaineistossa yleistä. Voidaan myös ajatella, että kyse voi olla myös haastateltujen kärjekkäästä huumorista. Vaikka näin olisikin, se saattaa hyvinkin heijastaa verkkotoimittajien todellista turhautumista joihinkin työnsä ilmiöihin.

4.2.3 Vastentahtoiset siteeraukset: Pragmaattis-kyyninen luottamus

Viranomaisten lisäksi toinen verkkotoimittajien lähdekirjoa hallitseva ryhmä on muu media. Siihen kuuluvat niin erilaiset printtijulkaisut kuin radio- ja televisiolähettyksetkin. Myös uutistoimistojen jutut luetaan tähän ryhmään, tosin vain kappaleessa 3.3.1 kuvailtujen ehtojen täytyessä. Lisäksi ryhmään kuuluvat myös ammattijournalismin piiriin kuuluvat verkkosivustot – niin itsenäiset, kuin muiden viestimien tytäpalvelutkin. Sosiaalista mediaa ei populaarista nimityksestään huolimatta lueta osaksi "muuta mediaa", vaan sitä käsitellään joukkoistettujen lähteiden yhteydessä, osana kappaletta 4.2.5.

Ylivoimaisesti yleisimmin verkkotoimittajat hakivat muualta mediasta tietoja juuri internetin kautta. Havainnointijaksoille sattui vain muutamia tapauksia, joissa medialähteenä käytettiin muuta kuin verkossa julkaistua sisältöä. Suoranaisen

lähdekäytön lisäksi muuta verkkomediaa käytettiin runsaasti myös juttuideoiden löytämiseksi, mutta näitä tapauksia ei ole luettu varsinaisiksi medialainoiksi.

Vaikka muu media onkin lähderyhmänä kutakuinkin yhtä yleinen kuin viranomaiset, sitä käytetään varsin erilaisella tavalla. Vaikka pelkkä viranomaistiedote riittääkin jutun ainoaksi tietolähteeksi, muuta mediaa havaittiin lainattavan lyhyeenkin juttuun yleensä varsin laajasti. Silti medialainoistakin lähes puolet (47,3%) perustui vain yhteen lähteeseen, mutta tuolloin verkkotoimittajat yleensä attribuivat tiedon lainaamalleen lähteelle. Suorista, yhden medialähteen lainauksista haastatellut puhuivat usein "rippauksina" tai "rippeinä" ja ne otsikoitiin yleensä muotoon "Mediaorganisaatio A: Jutun aihe".

"On annettu jonkinnäkösiä ohjeistusta ja niitä on vielä tarkennettu, että missä tapauksissa pitää se alkuperäislähde pitää esimerkiksi vielä otsikossa. Että jos me nyt lainataan vaikka [kilpailijaa], niin se kunnia pitää antaa sinne missä on niinku hoksattu uutinen ensimmäisenä." (Toimittaja 9)

Tutkitut verkkotoimittajat eivät yleisesti ottaen pitäneet suoraa lainajuttuja, rippejä, kovinkaan arvostettuina. Niihin yleensä turvauduttiin, kun aihe oli liian tärkeä ohitettavaksi, mutta siitä oli vaikea saada omaa tietoa tai kun aihe oli mielenkiintoinen, mutta niin toisarvoinen, ettei sen selvittelyyn kannattanut nähdä omaa vaivaa. Kun tällaisesta aiheesta pitää julkaista nopeasti myös omalla verkkosivulla, ei toimittajalle jää muuta mahdollisuutta kuin luottaa kilpailijaan:

"[Kilpailija] oli haastatellut Matti Vanhasta, mä en saanut Matti Vanhasta kiinni, [yritin] soittaa, laittaa sähköpostia, mä en saanut kiinni, niin mä rippasin sen, tein siteerauksen [kilpailijalta]. Täs nyt sitten vaan luotetaan siihen, että [kilpailija] on toiminut [oikein], tai että [kilpailijan] tiedot on oikeita, että luotetaan sitten toiseen uutislähteeseen." (Toimittaja 4)

Rehellinenkään siteeraaminenkaan ei ole aina pulmatonta. Kuten kappaleessa 2.4 todettiin, huolimaton lukija ei luotettavuutta arvioidessaan aina tee eroa tiedon

alkuperäisen lähteen ja sitä siteeraavan lähteen välille. Oman uskottavuuden menettäminen kilpailijan virheen takia ei kuitenkaan huolettanut haastateltuja verkkotoimittajia. Siteerausjuttujen lähteiksi kelpasi lähes kaikki uutismaa: täysin epäluotettaviksi ja siten yksinään käyttökelvottomiksi lähteiksi nimettiin vain pieni joukko – lähinnä brittiläisiä – tabloidilehtiä. Juttuideoiden lähteiksi nekin toki kelpasivat, jos varsinaiset tiedot pystyttiin hankkimaan muista lähteistä.

Lähteiden luotettavuuteen liittyvät pulmat eivät siis olleet päälimmäinen syy haastateltujen verkkotoimittajien haluttomuuteen siteerata kilpailijoitaan. Etenkin kotimaisten medialähteiden suoraa lainaamista välteltiin lähinnä kunnian ja kilpailun nimissä:

"Se on varmaan kaikilla niin, että ulkomailta on helpompi [lainata]. Siinä tulee semmonen olo, että tässä ei olla kilpailijoiden varassa, koska ne ei oo niin suoranaisesti kilpailijoita. Mut sit tietysti yritetään aina tehdä se lainaus myös niin, että käytetään omaa arkistoo ja muita lähteitä, että siitä tulis laajempi kuin vain että olemme kääntäneet tämän jutun täältä, tai... Sit tietysti laajuus myös mietitään, ettei me ryöstöviljellä muiden työtä."
(Toimittaja 9)

"Mehän pyritään siihen, että me tehdään uutiset, niinku että me ei siteerata turhaan muita medioita, koska me halutaan itselle ottaa se kunnia siitä, mitä me tehdään. Että me toisille... Ne on kuitenkin kilpailijoita, muut mediat, niin jos se ei ole välttämätöntä niin ei linkata niihin." (Toimittaja 4)

Osa toimittajista viittasi myös verkon uutisisällön hiljattaiseen suuntaukseen muuttua maksulliseksi. Jos verkkouutisista halutaan kerätä maksuja, ei sisältö voi olla pelkkiä lainauksia kilpailijoilta:

Toimittaja 10: Pyrimme tosi vähän [uutistoimistoa] käyttämään ja muutenkin siteeraamaan sillein vaan tosi isoja asioita. Että tota... [Mediaorganisaatio F:hän] on varmaan semmonen, mistä

sitten siteerataan ehkä eniten. Mutta sitäkin, että "[F] kaksoispiste jotakin", niin ei me niitä kauheen korkeelle haluta nostaa.

Haastattelija: Joo. Onks se luotettavuus- vai kunniakysymys?

Toimittaja 10: Varmaan sekä että, mutta... Mutta enemmän se menee noista vaihtoehtoista kunnian puolelle. Mutta että näin niinku maksullisen palvelun... Huokoisen maksumuurin aikoihin, niin, niin tota, se on... Joo, kunniakysymys.

Haluttomuudesta huolimatta 'ripit' ovat kohtalaisen yleisiä verkkouutisten maailmassa. Kuten yllä on kuvailtu, niitä tehdään yleensä olosuhteiden pakosta ja sellaisen lähteeksi kelpaa suurin osa kilpailevista uutissivustoista. Niinpä perustelutkin lähteiden käyttämiselle vaikuttavat sekalaisilta.

Esimerkiksi haastatellut verkkotoimittajat toisinaan perustelivat luottamustaan rippauksen kohteeseen viittaamalla sen arvovaltaan: yleisesti luotettavana pidetty toimija kuten YLE, BBC, CNN tai jokin muu tunnettu ja vakiintunut lähde on *itsestään selvästi* luotettava. Tältä osin suhtautuminen muistuttaa jo virkavallan kohdalla käsiteltyä, ideologista luottamusta, vaikkei yhtä horjumaton – tai oleellinen – olekaan.

Yleensä verkkotoimittajat totesivat kilpailijoidensa olevan erehtyväisiä, mutta toisaalta *riittävän* luotettavia. Luottamus voi toki olla suurikin, mutta suorien lainausten kohdalla melko vähäkin riittää. 'Ripit' lähes aina osoitetaan kilpailijalta peräisin oleviksi, mikä – ainakin mielikuvissa – suojaa lainaajaa mahdollisilta virheiltiltä. Tuchmanin objektiivisuuden strateginen rituaali siis tekee kysymyksen suoraan lainatun lähteen luotettavuudesta merkityksettömäksi. Ilmiö ei yleensä tullut eksplisiittisesti esiin itse haastatteluissa, vaan siinä suoraviivaisuudessa jolla toimittajat suoraa lainajuttuja tuottivat ja siinä ympäröiväisyudessa, jolla myöhemmin niiden lähteitä arvioivat. Eräs haastatelluista toimittajista kuitenkin puki käytännön

sanoiksi:

"Uskalsin lainata, koska jos [kilpailija] on tehnyt virheen, niin se menee sitten niitten piikkiin, tavallaan." (Toimittaja 8)

Suorissa ja avoimesti attribuoiduissa lainajutuissa voidaan siis sanoa olevan kyse hyvin käytännönläheisestä, joskin sivuseikkana pidetystä luottamuksesta. Vain kaikkein epäluotettavimmiksi – sekä aiempien kokemusten että ideologian perusteella – todetut lähteet jätetään lainaamatta. Yleisesti epäluotettavina pidettyjen julkaisujen siteeraaminen herättäisi jo yleisöissäkin kummastusta: "kuka nyt *tuohon lähteeseen* uskoisi?" Lähes kaikki muut lähteet kelpaavat, koska niiden ei katsota erehtyessäänkään vaarantavan lainaavan julkaisun mainetta.

Suhtautuminen 'rippien' lähteisiin on siis samanlainen, kuin edellisessä kappaleessa kuvailtu, viranomaisiin kohdistuva käytännöllisen luottamuksen kyyninen sivujuonne. Erotuksena siihen on luottamukseen liittymättömistä syistä johtuva kategorinen haluttomuus lähde- ja juttutyypin käyttöön. Pragmaattis-kyyninen luottamus kohdistuu usein myös poliitikkoihin tai muihin yhteiskunnallisesti merkittäviin (tai merkittävinä pidettyihin) tahoihin, joiden lausuma on medialle huomionarvoista riippumatta lausutun faktuaalisuudesta.

4.2.4 Media lähteenä: Konsensuaalinen luottamus

Konsensuaalisella luottamuksella tarkoitetaan tässä tutkimuksessa useamman lähteen yksimielisyyteen perustuvaa luottamusta. Tämä ilmeni aineistossa lähes aina medialähteiden yhteydessä ja niinpä käsittelen konsensuaalista luottamusta lähinnä medialähteiden kautta. Lukijan on kuitenkin hyvä pitää mielessä, että vaikka tämä kappale käsittelee media lähteitä, ei ole mitään syytä olettaa, että konsensuaalinen luottamus rajoittuisi vain ja ainoastaan tähän lähderyhmään.

Konsensuaalisella luottamuksella on epistemologinen sukulaisensa. Tiedon todenmukaisuuden varmistaminen muita tietoja tutkimalla nojaa *koherenssiteoriaksi*

kutsuttuun, tietoteoreettiseen käsitykseen. Koherenssiteorian voisi tiivistää esimerkiksi seuraavasti: tieto on totta, koska se sopii yhteen muiden tietojen kanssa. Vaikka käsitteet ovatkin samankaltaisia, ei niitä voi suoraan rinnastaa toisiinsa. Koherenssiteoria sallii tiedon vertaamisen melko laajaan kehykseen: tarkistuslähteinä voivat toimia esimerkiksi omat muistikuvat. Lisäksi on jälleen huomioitava, ettei konsensuaalinen luottamus välttämättä tarkoita uskoa tiedon paikkansapitävyyteen vaan ainoastaan luottamusta tiedon (ja lähteen) *käyttökelpoisuuteen*. Haastattelukatkelmissa voi havaita verkkotoimittajien viittaavan toisinaan pelkän tiedon, toisinaan itse lähteen luotettavuuteen. Koherenssiteorian mukainen luottamus tietoon on siis vain yksi (joskin merkittävä) osa konsensuaalista luottamusdiskurssia. (tarkemmin koherenssiteoriasta ks. esim. Johnson 1992, 15–38)

Kuten edellisessä kappaleessa kuvailtiin, vain yhtä, muuhun mediaan luettavaa lähdetä käyttäessään verkkotoimittajat pitkälti sivuuttivat luottamuskysymyksen. Sen sijaan useita muita medialähteitä käyttäessään he suhtautuivat niihin enemmänkin tavanomaisina lähteinä, eivät niinkään itse omasta luotettavuudestaan vastaavina ja lainaavasta toimituksesta riippumattomina toimijoina. Syy tähän on yksinkertainen: useita medialähteitä käytettäessä niistä kaikkia ei aina mainita jutussa – joskus ei ainuttakaan. Kun jutussa esitetyt tiedot otetaan lainaavan toimituksen tai jopa toimittajan omiin nimiin, on niistä pystyttävä vastaamaan suuremmalla tarkkuudella kuin suorana sitaattina esitetyistä tiedoista.

Ennen kuin perehdymme luottamuksen arviointiin näissä tilanteissa, on syytä esittää joitain huomautuksia edellä kuvailtuun käytäntöön, tai pikemminkin käytäntöihin: toimitusten ja yksittäisten toimittajienkin välillä on eroja. Joissain toimituksissa jutuissa käytetyt päälähteet – niiden tyypistä riippumatta – ilmoitetaan jutussa ja toisinaan niihin osoitetaan myös suora linkki. Tällaista käytäntöä perustellaan uskottavuutta parantavalla läpinäkyvyydellä:

"Mikä on mun mielestä hyvä käytäntö, on viittaaminen siihen alkuperäiseen lähteeseen. Sekin on osa sitä luotettavuutta tavallaan, että se on niinku jokaisen lukijan tarkistettavissa se polku, että mistä se tieto on peräisin. Että

kun se on netissä niin helppo kuitenkin tuoda selkeesti esille, että mistä hakee tietoo." (Toimittaja 5)

Toisinaan taas muualta mediasta hankitut tiedot kirjataan lainaavan toimituksen nimen alle. Esimerkiksi eräässä tapauksessa verkkotoimittaja täydensi uutistoimistolta saamaansa juttua muilta uutissivustoilta saadulla tiedolla, joka sekä oli peräisin joko toisilta sivustolta tai uutistoimistoilta. Pitkän lainausketjun lopputuloksena ainakin osa tietoa välittäneistä mediaorganisaatioista jäi lopullisessa jutussa ilmoittamatta. Mainitsematta jäävät usein myös ne medialähteet, jotka eivät tarjonneet uutta tietoa, mutta joiden juttuja käytettiin toisaalla julkaistun tiedon tarkistamiseen.

Vaikka lähteiden mainitsemisen käytännöt vaihtelevatkin, niiden luotettavuutta arvioidaan melko yhdenmukaisin perustein. Yksi tärkeimmistä luotettavuusarvioinnin kriteerejä, johon tutkitut verkkotoimittajat nojasivat, oli tiedon esiintyminen useissa eri lähteissä. Jos sama tieto esiintyi useammalla uutissivustolla, se (ja ne) katsottiin luotettavaksi. Ensisijaisesti arvio kohdistui siis informaatioon, ei niinkään sen lähteisiin, joskin luotettavaksi arvioidun tiedon julkaiseminen vaikutti kasvattavan myös itse lähteiden luotettavuutta. Tämä näytti vaikuttavan etenkin silloin, kun verkkotoimittajat törmäsivät heille aikaisemmin tuntemattomiin lähteisiin ja muita luotettavuuden arvioinnin kriteerejä ei siten ollut käytettävissä.

"Siitä [ulkomaisen lehden verkkosivulta] löyty sitten noi haastattelut, paikallisia pelastusviranomaisia ja sit siinä oli tarkemmin [jutun yksityiskohtia]. Ja näin, että tavallaan siinä oli BBC:n sähke sitten täydennettynä vielä niinku paikallislehden uutisella. Oli niin paljon kuitenkin sa[maa], tai siis kaikki tiedot oli samat, mutta oli vaan laajemmin niin sitten luotin siihen. Tää oli mulle ihan uus lehti." (Toimittaja 7)

Edellisessä sitaatissa haastateltu toimittaja siis perustelee luottamustaan aiemmin tuntemattomaan lähteeseen sillä, että se julkaisi samoja tietoja kuin toinen, luotettavaksi arvioitu lähde, eli tässä tapauksessa BBC. Täysin tuntemattomiin

lähteisiin luottamisen Reich (2011) luokittelee yhdeksi ei-analyyttisen arviointitavan merkiksi. Järkeily ei olekaan loogisesti aukotonta, minkä ainakin osa haastatelluista myös ilmaisi:

"Mä käytän yleensä useampaa lähdettä, varsinkin jos mä käytän muuta mediaa lähteenä, niin siinä on yleensä se kaks viiva kolme lähdettä. Että sit se luotettavuus tulee myös siitä, että sama tieto on ollut useemmassa. Vaikka onhan niitäkin tapauksia tietenkin, että sama tieto on levinnyt vaikka mihin ja sit se on osoittautunut vääräks. Mut sit se korjaantuu ja sit se korjataan. Tietysti väärän tiedon välittämistä pitää välttää, mut tota... Kyl se mun mielestä on niinku tota, niinku riittävä. Riittävän luotettava, jos se sama tieto on ollut useessa mun luotettavaks arvioimassa lähteessä." (Toimittaja 5)

Lainauksen perusteella voidaan havaita, kuinka riittävän julkisuuden – "kriittisen massan" – saanut tieto voi muuttua alkuperäisestä lähteestään riippumattomaksi, "yleiseksi tiedoksi". Kuten Heikki Kuutti ja allekirjoittanut ovat todenneet, tällaista lumipallomaisen liikevoiman saanutta tietoa on vaikea enää pysäyttää, vaikka syytä olisikin (Kuutti & Manninen 2013). Samassa artikkelissa kritisimme myös yllä lainatun toimittajan esittämää (ja tämän tutkimuksen haastatteluaineistossa melko tavallista) oletusta median itsekorjautuvuudesta. Yhtä kaikki, useasta eri medialähteestä löytyminen oli aineistossa yleinen perustelu tiedon luotettavuudelle.

Konsensuaalinen luottamus pystyy muodostumaan lähes mihin tahansa lähteeseen, jos sen esittämille tiedoille vain löytyy muitakin tukijoita. Medialähteistä lähes kaikki kelpasivat tarkkailluille verkkotoimittajille: tämän tutkimuksen aineistoon kuuluu vain yksi tapaus, jossa toimittaja yksiselitteisesti hylkäsi tutkimansa lähteen epäluotettavana. Tuolloin toimittaja oli kirjoittamassa erästä sairautta käsittelevää juttua ja löysi aiheesta kaksi .pdf-muotoista artikkelia. Toimittaja hylkäsi näistä ensimmäisen seuraavin perustein:

"[S]iinä oli jotain semmosta hämärää! Ainakin siinä oli hirveesti niinku pelkkää lääkäritekstii... Oisko se ollu tohtori.fi -sivustolta. Se oli vaan

taudinkuvaus ja tavallaan se oli ihan niinku jostain... Siis copy-pastettu, tiedätkö, tyyliin Wikipediasta. Se vaikutti siltä, niin en mä halunnu käyttää sitä." (Toimittaja 8)

Tämä harvinainen hylkäys ei siis johtunut muun median konsensuksesta poikkeamisesta, vaan lähteen ja sen esittämän tiedon sisäisistä ominaisuuksista. Suurin osa yksinään epävarmoistakin lähteistä kelpasi "yhdeksi useista", mikäli niiden julkaisema tieto vastasi toisten medialähteiden julkaisemaa tietoa. Tämä sopii hyvin jo vanhempaan käsitykseen siitä, että aikaisemman tiedon kanssa sopuosinnussa olevaan tietoon luotetaan herkemmin kuin ristiriitaiseen (mm. Vraga, Edgerly, Wang & Shah 2011, 800). *Tiedon* luotettavuuden diffuusiota *lähteen* luotettavuuteen olen käsitellyt jo edellä.

Voidaan siis todeta verkkotoimittajien nojaavan hyvin vahvasti muun median muodostamaan *konsensukseen* arvioidessaan yksittäisen tiedon ja / tai lähteen luotettavuutta. Vallalla olevaan näkemykseen yhtyvää julkaisua pidetään luotettavampana kuin siitä poikkeavaa. *Konsensuaalisen luottamuksen* kohdalla on huomattava tehdä ero ideologiseen, vaikka määritelmät kuulostavatkin samankaltaisilta. Siinä missä ideologiaan perustuvat arvostelmat ovat laajoja, maailmankatsomuksellisia ja pysyviä, konsensuaaliset ovat spesifejä, tapauskohtaisia ja muuttuvia. Siinä missä ideologinen luottamus ilmenee yksittäisissä tapahtumissa mutta on olemassa niiden ulkopuolellakin, muodostuu konsensuaalinen luottamus erikseen jokaisen erillisen tapahtuman ja tiedon kohdalla (jos on muodostuakseen). Tässä hetkellisyydessään konsensuaalinen luottamus onkin enemmän sukua *kontekstuaaliselle luottamukselle*, jota käsitelen seuraavaksi.

4.2.5 Tilapäisesti luotettavat: Kontekstuaalinen luottamus

Verkkotoimittajien havaittiin toisinaan käyttävän myös sellaisia lähteitä, joita he eivät *yleensä* pitäneet erityisen luotettavina. Joissain nimenomaisissa tapauksissa, joidenkin tiettyjen olosuhteiden vallitessa toimittajat kuitenkin katsoivat niiden olevan luotettavia. Tätä hetkellistä luottamusta nimitän jatkossa *kontekstuaaliseksi*

luottamukseksi. Hyviä esimerkkejä lähteistä, joiden kohdalla tämä luottamusdiskurssi esiintyi, ovat esimerkiksi poliitikot, etujärjestöt ja yritykset.

Kontekstuaalinen luottamus on sukua *konsensuaaliselle luottamukselle*, mutta poikkeaa siitä paitsi tyypillisten lähteiden, myös luottamuksen perusteiden osalta. Kun konsensuaalinen luottamus perustuu usean lähteen yksimielisyyteen, määrittyy kontekstuaalinen useimmiten negatiivisesti, *epäluottamukseen johtavien syiden puutteena*. Ennen tähän määrittelyyn perehtymistä tarkastelen muutamaa muuta kontekstuaalisen luottamuksen mahdollista perustetta.

Kontekstuaalisen luottamuksen muodostuminen voi johtua lähteen asiantuntijuudesta (joko kuvitellusta tai todellisesta). Asiantuntijuusperustehan esiintyi myös osana pragmaattisen luottamuksen diskurssia. Tältä osin diskurssit sivuavat toisiaan, joskin niillä on myös eroja (tähän palaan kappaleen lopussa). Tutkimusaineistossa kontekstuaalisen luottamuksen asiantuntijuusperuste tuli esiin alueellisten aiheiden ja julkaisujen kohdalla:

"Luotin joo, koska se oli, heidän niinku tavallaan... Se oli [paikkakunnalla] tapahtunu, ni se on varmaan niinku aika hyvin ollu heillä... Heillä, se kun on [maakuntaa], ni se on niinku [kilpailijan] tavallaan takapihaa, niin sit kyllä luotin siihen, että ne on varmaan siinä parhaiten ollu sen jutun kimpussa kyllä." (Toimittaja 13)

Alueellisen asiantuntijuuden lisäksi paremmalla tietämyksellä voidaan perustella esimerkiksi harrastelehtiin tai -järjestöihin luottamista juuri kyseistä harrastusta koskevissa jutuissa. Tällöin tosin lähestytään aluetta, jolla lähteen omat tarkoitusperät saattaisivat vaikuttaa sen välittämän tiedon luotettavuuteen.

Kontekstuaalinen luottamus lähettä kohtaan voi syntyä joissain tapauksissa paitsi ammatillisen, myös henkilökohtaisten kokemuksen kautta. Epistemologisesti tällainen tiedon uskottavuuden arvioiminen perustuu jälleen edellisessä kappaleessa esiteltyyn koherenssiteoriaan. Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkiassa syy

luottamukselle taas löytyy sen viimeiseltä, henkilökohtaiselta tasolta. Hyvä esimerkki on seuraava katkelma haastattelusta, jossa verkkotoimittaja kertoo laskettelukeskuksia koskevan medialainajuttunsa kirjoittamisesta.

Haastattelija: Alright. Sitten irstailua laskettelukeskuksessa.

*Toimittaja 7: Joo. *nauraa**

Haastattelija: Ja se oli täältä, [sanomalehti E:n toimittajat] tiedotti tästä ja kirjoitit siitä lyhyen pätkän. Miten [E:n] luotettavuus?

*Toimittaja 7: Sanotaan näin, että mä en voi sitä tietää, että onko, [E:n juttu] paikkansapitävä, mutta koska se on laina, niin tavallaan vieritin sitä vastuuta sillä, nimenomaan [E]-kaksoispisteellä. Mä en voi tietää mitä [E:n] toimittajille on sanottu, mutta mitä ite oon laskettelukeskuksissa käyny niin kuulosti kyllä hyvin paikkansapitävältä. *nauraa**

*Haastattelija: *nauraa* Vai niin. Omakohtasta...*

Toimittaja 7: Omaan empiiriseen, aa... Omaan empiiriseen tutkimukseen perustuen, niin...

Haastattelija: Uskottavaa tietoa.

Toimittaja 7: Uskottavaa tietoa.

Koska kyseessä oli yhden medialähteen sitaattijuttu, eli 'rippi', sitaatista on tunnistettavissa myös pragmaattisen diskurssin yhteydessä esitelty objektiivisuuden strateginen rituaali. Onkin tärkeää huomata, että luottamusdiskurssit sekoittuvat toisiinsa useammin kuin esiintyvät puhtaina arkkityyppeinä. Tämä on

ymmärrettävissä, kun muistaa miten Shoemakerin ja Reesen vaikutushierarkian portaat vaikuttavat toisiinsa. Edellisessä sitaatissa voidaan havaita kuinka luottamus lähdettä kohtaan syntyy sekä työrutiineiden vaikutustasolla että yksilötasolla. Ensimmäinen johtaa pragmaattis-kyyniseen, jälkimmäinen kontekstuaaliseen luottamukseen.

Kuten kappaleen alussa mainittiin, tämän tutkimuksen perusteella tärkein kontekstuaalisen luottamuksen perustelu määrittyi negatiivisesti. Lähteen luotettavuudesta kysyttäessä verkkotoimittajat usein (lähes identtisiä sanankäänteitä käyttäen) totesivat, ettei heillä ollut "mitään syytä epäillä" lähdettä.

Perustelut epäilemättömyydelle sen sijaan vaihtelivat epämääräisestä intuitiosta intressiristiriitojen puuttumiseen. Esimerkiksi jälkimmäisestä käy seuraava katkelma haastattelusta, jossa verkkotoimittaja kertoo ratkaisustaan pitää lintuharrastajien yhdistystä luotettavana lähteenä. Jutun aiheena oli pikkulintujen sairastuminen ja tiedotteessaan yhdistys antoi neuvoja epidemian pysäyttämiseksi.

Toimittaja 8: Joo, [maakunnan] lintutieteellinen yhdistys ilmoitti tästä, ja ilmeisesti eilen on sitten levinny jo muualle se. Kun oli [paikallislehdellä] oli pääjuttuna se, kun kävin siinä nopeen kierroksen ja muuta, että myös muut oli siitä tehny, niin en koe sit että minkä takia [maakunnan] lintutieteellinen yhdistys meille sitten... Alkais palturia puhua.

Haastattelija: Just. Eli siinä oli tämä yhdistys ja sitten katoit myös, että [muu media] on kirjottanu aikasemmin...

*Toimittaja 8: *keskeyttää* On kirjottanu aiheesta, että joo, en tiedä miksei se eilen ollu meillä... Mut nyt se oli.*

Haastattelija: Okei. Jälleen kerran yhdistys, lintutieteellinen yhdistys ollu luotettava.

*Toimittaja 8: Niin no. *huokaa* No, tossa... Mä kyllä... Ajattelisin, että lintutieteellinen yhdistys... Tommosella asialla... Varottaakseen kanssaeläjiä ja lintuja, niin kyllä mä pidin sitä luotettavana.*

Haastattelija: Heillä ei ois mitään syytä toimia epärehellisesti tässä asiassa, niinkö?

Toimittaja 8: En usko, koska ne ei myy mitään, eikä ne niinku tavallaan osta mitään eikä siis sillein, että ne... Musta tuntuu, et nää lintutyypit on vakavasti lintujen asialla, että siinä ei varmaan kauheesti- Tietysti saatan olla väärässä, mutta että, katotaan mitä nyt tulee.

Haastateltu verkkotoimittaja siis katsoi yllä kuvaillussa tapauksessa, että oli yhdistyksen oman edun mukaista olla totuudenmukainen – ainakin *tässä tapauksessa*. Vastaavia päätelmiä verkkotoimittajat tekivät myös esimerkiksi *Wikipedian* tietoja käyttäessään: "tieto on luonteeltaan sellaista, ettei kenelläkään olisi syytä valehdella tästä aiheesta". Tietysti tällaisten arvioiden oikeellisuuden pystyisivät toteamaan vain kyseiset lähteet itse. Olipa luottamus sitten ansaittua tai ei, edellinen haastattelukatkelma havainnollistaa hyvin eturistiriitojen poissaolon kautta määriteltyä kontekstuaalista luottamusdiskurssia. Lisäksi katkelmasta voidaan tunnistaa myös konsensuaalisen luottamuksen diskurssi.

Yllä kuvailtu malli toistuu aineistossa samanlaisena melko useassa, erilaisessa lähderyhmässä. Yhteistä niille ryhmille, joissa kontekstuaalinen luottamus useimmiten esiintyy, on vain lähteiden käsittäminen *lähtökohtaisesti epäluotettaviksi*. Kuten jo kappaleen alussa totesin, malliesimerkiksi käyvät poliitikot:

"Kyllä mä nyt [yliopistoon] luotan, tai siis jos vertaa vaikka poliittisiin lähteisiin niil on aina jokin oma lehmä ojassa tai joku niinku oma... oma niinku tavote tai tarkoitusperä, niin ei missään nimessä oo mitenkään puolueettomia." (Toimittaja 4)

Silti poliitikkoihinkin voi luottaa, mikäli heillä *ei näytä olevan* syytä vilppiin. Seuraavassa esimerkissä verkkotoimittaja kertoo vuosien takaista poliittista päätöstä koskevasta jutusta. Poliitikot Matti Vanhanen ja Mauri Pekkarinen olivat osallistuneet kyseisen päätöksen tekemiseen ja heiltä toimittaja hankkikin tietoja juttua varten. Osa tiedoista oli myös peräisin erään tapaukseen liittyneen yrityksen verkkosivuilta.

Toimittaja 5: Pekkarisen luotettavuutta arvioin sillä tavalla, että hän oli kuitenkin elinkeinoministeri siihen aikaan, Matti Vanhanen oli myös meidän aikaisemmassa uutisessa viitannut siihen, että hän on ollut mukana tässä prosessissa. -- [Yhtiö A:n] omia internet-sivuja pidän luotettavan lähteenä sen takia, että en usko että heillä on intressiä kertoa siellä väärää tietoa. Siis, tarkoitan faktatietoo. En käyttänyt mitään tällasta niinku markkina- tai muuta tietoo. Oikeestaan tarkistin vuosilukuja.

Haastattelija: Miten tällasten poliitikkojen, kuten Pekkarinen, niin tai Vanhanen, niin heidän luotettavuutensa?

Toimittaja 5: Mm, no... Siis tässä tapauksessa oli kiinnostavaa lähinnä hänen kommenttinsa siitä, mitä hän muisti siitä tilanteesta. Pitää ottaa huomioon intressit silloin ja tässä tilanteessa, mutta tota, mun mielestä se on myös niin, että heidän sanomisensa voi julkaista kyllä. Se luotettavuus periaatteessa arvioidaan sitten jos alkaa tulla lisää [tietoa], tai jos siitä herää keskustelua tai muuta. Mutta sillä tavalla pidän kyllä luotettavana, että jos he tietää puhuvansa toimittajalle niin he puhuu joko totta tai jos he ei puhu totta niin se yleensä tulee selville jossain vaiheessa.

Haastattelija: Se on heidän vastuullaan, sitten?

Toimittaja 5: Joo, periaatteessa.

Tässä tapauksessa poliitikoilta siis kaivattiin kommentteja ja muisteluita, siis pikemminkin henkilökohtaisia kuin faktuaalisia lausuntoja. Jos sekaan yritettäisiin ujuttaa valheellista *tietoa*, poliitikko jäisi siitä pian kiinni. Yrityksellä taas ei olisi mitään intressiä valehdella jostain niinkin itsestään selvästä asiasta, kuin vuosiluvusta. Esimerkissä jälleen yhdistyy kaksi luottamusdiskurssia, tällä kertaa pragmaattis-kyyninen ja kontekstuaalinen.

Kontekstuaaliselle luottamukselle on siis tyypillistä tilapäisyys, kontekstidonnaisuus ja lähtökohtainen epäluottamus lähdettä kohtaan. Myös se saattaa sekoittua käytännössä muihin luottamusdiskursseihin, paitsi ideologiseen. Eniten sillä on yhteistä pragmaattisen luottamuksen kanssa, mutta ne erottaa toisistaan kontekstuaalisen luottamuksen epävakaa, lähteen sisäisistä ominaisuuksista riippumaton luonne. Kontekstuaalinen luottamus voi syntyä vain tietyissä olosuhteissa, kun taas pragmaattinen luottamus lähdettä kohtaan on olemassa myös yksittäisten tilanteiden ulkopuolella. Voidaankin sanoa, että ero pragmaattisen ja kontekstuaalisen luottamuksen välillä on samankaltainen kuin ero ideologisen ja konsensuaalisen luottamuksen välillä.

5 TULOSTEN POHDINTA

5.1 Johtopäätöksiä: Mitä tästä tutkimuksesta opimme?

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää *millaisia* ovat suomalaisten verkkotoimittajien lähdekäytännöt – ja *miksi* ne ovat sellaisia kuin ovat. Tarkastelen seuraavaksi tutkimuksen tuloksia ja sitä, kuinka lähelle tuota alkuperäistä tavoitetta ne kantavat.

Tutkitut verkkotoimittajat käyttivät lähteinään pääasiassa tiedotteita ja muuta mediaa. Noin puolet (50,0%) kaikista havainnoinnin aikana kirjoitetuista jutuista perustui joko tiedotteeseen tai pelkkiin medialähteisiin. Suuri osa lopuistakin jutuista perustui edellä mainittujen lähteiden sekä toimituksen aikaisempien, omien juttujen yhdistelmiin. Vaikka viidentoista toimittajan ja 113 jutun otantaa ei pitäisikään sellaisenaan yleistettävänä, käy suomalaisen verkkojournalismin riippuvaisuus valmiista materiaalista ilmeiseksi. Tämä tukee sekä muualta maailmasta että aiemmissa tutkimuksissa Suomesta saatuja tuloksia.

Tutkimus tuotti myös yleisluontoista tietoa suomalaisten verkkotoimittajien työstä. Työ on kiireistä ja vuorojen aikana kirjoitetaan runsaasti juttuja (k/a 7,5 juttua / vuoro), vaikka suurin osa työajasta (k/a 62,3%) kuluu muihin kuin journalistisiin tehtäviin. Yhden jutun työstämiseen aikaa jäi keskimäärin vain noin 22 minuuttia. Haastatellut toimittajat kokivat kiireen lisäksi hankalaksi myös työn rikkonaisuuden. Ne molemmat johtuvat verkkotoimittajien päällekkäisten työtehtävien runsaudesta, vaatimuksesta jatkuvaan mediaseurantaan ja välittömään reagoimiseen sekä toisinaan myös tietoteknisistä ongelmista.

Lähdekäytäntöjen syitä tarkasteltaessa tutkimuksessa paljastui viisi luottamusdiskurssia: ideologinen, pragmaattinen, pragmaattis-kyyninen, konsensuaalinen ja kontekstuaalinen. Diskurssien ominaispiirteet on tiivistetty seuraavan sivun taulukkoon 1.

TAULUKKO 1 Luottamusdiskurssien ominaisuudet

Luottamusdiskurssi	Luottamuksen luonne	Diskurssin kesto	Vaikutushierarkian tasot	Merkittävimmät lähderyhmät
Ideologinen	Lähde on itsestään selvästi luotettava	Suhtautuminen lähteeseen on pysyvä	Ideologinen taso	Viranomaiset
Pragmaattinen	Lähde on käytännöllinen ja riittävän luotettava	Suhtautuminen lähteeseen on pysyvä	Työrutiinien taso, ekstramediaallinen taso	Viranomaiset, tutkimuslaitokset, asiantuntijat
Pragmaattis-kyyninen	Lähteen luotettavuus on toissijaista	Suhtautuminen lähteeseen on pysyvä	Työrutiinien taso	Yksittäiset tiedotusvälineet, poliitikot
Konsensuaalinen	Lähde on luotettava, koska sen tiedot esiintyvät toisaallakin	Suhtautuminen on tapauskohtainen	Ekstra-mediaallinen taso	Muu media
Kontekstuaalinen	Lähde on <i>tässä tapauksessa</i> luotettava	Suhtautuminen on tapauskohtainen	Ideologinen, ekstra-mediaallinen, työrutiinien sekä yksilötaso	Yritykset, järjestöt, poliitikot

Ei ole syytä olettaa, että mikään luetelluista luottamusdiskursseista rajoittuisi vain verkkojournalismiin. Voidaan kuitenkin ajatella, että verkkotyön vaatimukset korostaisivat joitain diskursseista toisten kustannuksella. Vastaavan, perinteistä mediaa koskevan vertailuaineiston puuttuessa verkkojournalismin lähdekäytäntöjen "poikkeavuuden" tasosta voidaan tehdä vain valistuneita arvioita.

Lähes kaikki haastatelluista verkkotoimittajista painottivat työnsä piirteistä etenkin kiirettä ja rikkonaisuutta. Käytännössä tämä tarkoitti helposti ja nopeasti saatavilla olevien lähteiden käyttöä – ja todennäköisesti myös luottamuskyynyksen madaltumista. Niin pragmaattisen, konsensuaalisen kuin kontekstuaalisen luottamuksen perusteet voivat toki olla analyttisiä ja journalistisesti perusteltuja, mutta samoihin luottamusdiskursseihin voidaan päätyä myös huonon journalistisen käytännön kautta. Vain ideologinen ja pragmaattis-kyyninen diskurssi ovat tämän

skaalan ulkopuolella, koska niihin asettuminen tarkoittaa koko luottamuskykyksen sivuuttamista.

On siis mahdotonta vastata tyhjentävästi kysymykseen *miksi* verkkotoimittajien lähdekäytännöt ovat sellaisia kuin ovat. Käytännöt ovat kaikenkattavaa vastausta varten liian moninaisia ja ne vaihtelevat toimituksesta, toimittajasta, työpäivästä ja tilanteesta toiseen. Sen sijaan tämän tutkimuksen tulokset osaltaan valaisevat – Shoemakerin ja Reesen hengessä – verkkojournalismin lähdekäytäntöjä muokkaavia vaikutuslähteitä ja vaikutusten ilmenemistapoja. Myös tälle tiedolle on paikkansa ja se myös vastaa tutkimuksen tavoitteen *henkeä*, jos ei kirjainta. Käsittelen seuraavassa ja samalla viimeisessä kappaleessa tämän tutkimuksen mahdollisia sovellutuksia.

Tutkimuksen johdannossa asetin tavoitteekseni deskriptiivisen kuvauksen verkkotoimitusten lähdekäytännöistä ja niiden syistä. Uskon, että tämä tavoite on ainakin tyydyttävästi saavutettu, vaikka käytännöllinen verkkojournalismin reformiohjelma jääkin tutkimuksen tavoittamattomiin. Vastuu sellaisen tarpeellisuuden arvioimisesta ja mahdollisesta toteuttamisesta lankeaa, kuten johdannossa luvattua, toimittajakunnalle itselleen. Tämä tutkimus toimikoon vaatimattoman laajuutensa oikeuttamissa määrin yhtenä tuota arviota ohjaavista johtolangoista.

Ovatko tässä tutkimuksessa kuvaillut käytännöt journalistisesti perusteltavissa? Mitä sudenkuoppia käytäntöihin liittyy? Kuinka itse toimin? Miten käytäntöjä voisi kehittää? Kysymykset ovat tärkeimpiä toimittajille itselleen. Tutkimus voi toki antaa viitteitä mahdollisista vastauksista, mutta lopulta asiaa on puntaroitava journalismin etulinjassa. Itsereflektion apuvälineinä toimittajien omia ääniä lainaavat, etnografiset tutkimukset ovat kuitenkin oivia. Suosittelisinkin siis verkkotoimittajia ainakin silmäilemään tutkimuksen pääkohdat ja syventymään edes työmatkansa ajaksi tässä esittämiini kysymyksiin.

Edellä esiteltyjen tulosten rinnalle on syytä nostaa myös joukko vajavaisesti vastattuja tai kokonaan vaille jääneitä kysymyksiä. Kuten jo aikaisemmin todettua,

tämän tutkimuksen otanta oli rajallinen eikä sitä oltu suhteutettu suomalaisen verkkomedian rakenteeseen. Suuret, valtakunnalliset viestimet olivat yliedustettuja lukumääräisesti runsaampaan alueellisten viestimien joukkoon verrattuna. Otantaan ei myöskään kuulunut yhtään televisiokanavan uutistoimitusta. Onkin tärkeää, ettei tämän tutkimuksen määrällisiä tuloksia tai havaintojen yksityiskohtia yleistetä koskemaan kaikkia suomalaisia verkkotoimituksia – tai edes kaikkia tutkimukseen osallistuneita toimituksia. Tällaiset induktiot vaatisivat selkänöjäkseen tiukan määrällisen tutkimusmenetelmän.

Merkitykseltään epäselvä, mutta silti huomionarvoinen tekijä on myös tutkimuksen ajankohta. Kaikki havainnointi–haastatteluparit tehtiin vuoden 2013 alussa, tammi-, helmi- ja maaliskuussa. Useassa tutkituista organisaatioista oli vuodenvaihteessa astunut voimaan verkkotoimitustenkin toimintaan vaikuttaneita uudistuksia. Näiden hyvinkin hiljattaisten muutosten voisi ajatella vaikuttaneen ainakin kyseisissä toimituksissa työskentelevien näkemyksiin työnsä luonteesta.

Yllä kuvailluista rajoitteista huolimatta voidaan tutkimustulosten ytimen, luottamusdiskurssien, katsoa olevan yhä luotettavalla pohjalla. Toki kyseessä on vain yhden tutkijan laadullisen aineiston perusteella tekemä tulkinta. Tutkimusaineisto onkin kokonaisuudessaan liitetty tutkimuksen oheismateriaaliksi, jotta lukija voi halutessaan itse perehtyä päätelmien perusteisiin.

5.2 Päättäntö: Mitä käyttöä tälle tutkimukselle on?

Tutkijoita kehottaisin jatkamaan Laura Juntusen jäljessä laajoihin poikittaisotantoihin perustuvien, sisällönanalyttisten lähdetutkimusten sarjaa. Niiden tuloksia voidaan käyttää jonkinlaisena journalismin trendejä mittaavana ilmapuntarina, jonka hälyttämänä syvällisempiin tutkimuksiin huomataan tarttua.

Lisäksi kannustaisin toimitusetnografisen tutkimuksen laajentamiseen myös Suomen mediassa, sikäli kun tutkimusresurssit antavat myöten. Uutena kenttänä

verkkojournalismi on tietenkin ilmeinen kohde, mutta myös vakiintuneemmat journalismin tyypit ansaitsisivat huomionsa keskellä käynnissä olevaa median mullistusta. Jo määrällisten tutkimusten osatutkimuksina ne voivat tuoda kaivattua syvyyttä etenkin journalismin laatua koskeviin analyyseihin.

Suurin tämän tutkimuksen heittävä haaste on kuvailun kääntäminen toimintaohjeeksi. Olen mielestäni oikeutetusti suunnannut kehotuksen uudistusten pohtimisesta journalistien ammattikunnalle. Vaikka vastuu lankeaakin heille, joilla muutokseen on valta, voi tutkimus kuitenkin viitoittaa tietä uudistuksille. Kuten jo johdannossa totesin, tämä tutkimus ei ole luonteeltaan normatiivinen. Sellaiselle kuitenkin on paikkansa – eikä pelkästään paikkansa, vaan jopa tarve. Journalismi on rajussa muutoksessa ja alana tuoreen verkkojournalismin käytännöt vielä muotoutumassa. Kuten olemme havainneet, suositukset ovat usein vanhentuneita, ympäripyöreitä tai kömpelyyttään käyttökelvottomia (ks. kappale 2). Pitävästi todisteltu kuvaus verkkojournalismissa hyvistä *ja* toimivista työkäytännöistä olisi epäilemättä tervetullut.

SUMMARY

Internet has soon after its emergence developed into a major distribution channel of news, even more so among the younger generations. However, professional online journalism is facing stiff competition from free-of-charge news sources and it's struggling to cross the threshold of profitability. Many online newsrooms seek to increase their profit margin by cutting personnel resources. Despite the obvious importance of the subject, there is only little research-based knowledge regarding the actual practices in online newsrooms.

The purpose of this research was to describe and explain the sourcing practices of Finnish online journalists. The approach of the study was a version of the ethnographic discourse, modified to fit the environment of online newsrooms. Fifteen online journalists from seven Finnish newsrooms were observed during the course of a single working shift and interviewed after. The study is based on an analysis of the research notes from the observation periods and the transcribed interviews. The transcripts of the interviews (in Finnish) are found on a CD accompanying this study (appendix 2).

In the interviews the journalists were asked to explain the choices they had made regarding information sources. These answers were then compared to a model called hierarchy of influences, initially formulated by Pamela Shoemaker and Stephen Reese in 1991. Through qualitative analysis based on Shoemaker and Reese's model the journalists' practices were explained. The results indicate five separate clusters of reasons, or *discourses of trust*, on which online journalists base their decisions.

The study also proves the work of a Finnish online journalist to be very busy, almost hectic. Online journalists are expected to take care of many and various tasks, many of which are less than journalistic in nature. In fact, the journalists in this study got to use less than three hours (2 h 45 min on average) in total to work on actual stories. Despite this, they wrote on average seven and a half stories per shift, leaving them on average mere 22 minutes to work on a single story. The lack of time is the most

important single factor explaining the journalistic practices typical to online newsrooms.

Not all of the five discourses of trust identified in this study are result of the internet. According to the results, however, online environment favours certain discourses over others. Preferred are those that allow for a swift and streamlined process of news production. This was demonstrated by how online journalists are heavily dependent on material produced by third parties and outside the newsroom. Roughly half of all the stories written during the observation periods were based solely on press releases or stories written and published by other media organisations.

KIRJALLISUUS

- Adler, P. A. & Adler, P. 1998. Observational techniques. Teoksessa N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (toim.). *Collecting and interpreting qualitative materials*. Thousand Oaks: Sage Publications, 79–109.
- Banning, S. A. & Sweetser, K. D. 2007. How much do they think it affects them and whom do they believe? Comparing the third-person effect and credibility of blogs and traditional media. *Communication Quarterly*, 55(4), 451–466.
- Barron, P. 2011. Staring into the crystal ball – and seeing a bright future for journalism. Teoksessa J. Mair, & R. L. Keeble (toim.) *Face the future: tools for the modern media age: the Internet and journalism today*. Bury St. Edmunds: Abramis, 25–38.
- Bird, S. E. 2009. The future of journalism in the digital environment. *Journalism* 10(3), 293–295.
- Brannon, J. 2008. Maximize the medium: assessing obstacles to performing multimedia journalism in three U.S. newsrooms. Teoksessa C. Paterson & D. Domingo (toim.) *Making online news: the ethnography of new media production*. New York: Peter Lang, 99–113.
- Brennen, B. 2009. The future of journalism. *Journalism* 10(3), 300–302.
- Bruns, A. 2009. News blogs and citizen journalism: new directions for e-journalism. Teoksessa K. Prasad (toim.) *e-journalism: new media and news media*. Delhi: B.R. Publishing.
- Carlson, M. 2007. Blogs and journalistic authority: the role of blogs in US election day 2004 coverage. *Journalism Studies* 8(2), 264–279.
- Cassidy, W. P. 2007. Online news credibility: An examination of the perceptions of newspaper journalists. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(2), 144–164.
- Chung, C. J. & Kim, H. 2009. An anatomy of the credibility of online newspapers. *Online Information Review* 34(5), 669–685.
- Chung, C. J., Nam, Y. & Stefanone, M. A. 2012. Exploring online news credibility: the relative influence of traditional technological factors. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17, 171–186.

- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D. & Weaver, D. 2009. Agenda setting. Teoksessa K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (toim.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York, NY: Routledge, 147–160.
- Colson, V. & Heinderyckx, F. 2008. Do online journalists belong in the newsroom? A Belgian case of convergence. Teoksessa C. Paterson & D. Domingo (toim.) *Making online news: the ethnography of new media production*. New York: Peter Lang, 144–154.
- Cottle, S. 2000. New(s) times: towards a 'second wave' of news ethnography. *Communications*, 25(1), 19–41.
- Davies, C. A. 2008. *Reflexive ethnography: a guide to researching selves and others*. Lontoo: Routledge.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (toim.) 2008. *Collecting and interpreting qualitative materials*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Deuze, M. 2003. The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media and Society* 5(2), 203–230.
- Deuze, M. 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4), 442–464.
- Dochterman, M. A. & Stamp, G. H. 2010. Part 1: The determination of web credibility: a thematic analysis of web user's judgements. *Qualitative Research Reports in Communication* 11(1), 37–43.
- Domingo, D. 2008. When immediacy rules: online journalism models in four Catalan online newsrooms. Teoksessa C. Paterson & D. Domingo (toim.) *Making online news: the ethnography of new media production*. New York, NY: Peter Lang, 113–126.
- Dua, R. 2009. New media news journalism: issues and challenges. Teoksessa K. Prasad (toim.) *e-journalism: new media and news media*. Delhi: B.R. Publishing.
- Flanagin, A. J. & Metzger, M. J. 2000. Perceptions on Internet information credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77(3), 515–540.
- Flanagin, A. J. & Metzger, M. J. 2007. The role of site features, user attributes and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society* 9(2), 319–342.

- Fontana, A. & Frey, J. H. 2008. The interview: from neutral stance to political involvement. Teoksessa N. K. Denzin & Y. S. Lincoln. *Collecting and interpreting qualitative materials*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 115–159.
- Fritch, J. W. & Cromwell, R. L. 2001. Evaluating Internet resources: identity, affiliation, and cognitive authority in a networked world. *Journal of the American Society for Information Science & Technology* 52(6), 499–507.
- Garrison, B. 2000. Journalists' perceptions of online information-gathering problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77(3), 500–514.
- Gladney, A. G., Shapiro, I. & Castaldo, J. 2007. Online editors rate web news criteria. *Newspaper Research Journal* 28(1), 55–69.
- Granado, A. 2011. Slaves to journals, serfs to the web: The use of the Internet in newsgathering among European science journalists. *Journalism* 12(7), 794–813.
- Greer, J. D. 2003. Evaluating the credibility of online information: a test of source and advertising influence. *Mass Communication & Society* 6(1), 11–28.
- Hayes, A. S., Singer, J. B. & Ceppos, J. 2007. Shifting roles, enduring values: the credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics* 22(4), 262–279.
- Herkman, J. 2011. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa E. Väliverronen (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 32–49.
- Johnson, L. E. 1992. *Focusing on truth*. Lontoo: Routledge.
- Johnson, T. J. & Kaye, B. K. 2002. Webbelievability: a path model examining how convenience and reliance predict online credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 79(3), 619–642.
- Johnson, T. J. & Kaye, B. K. 2010a. Still cruising and believing? An analysis of online credibility across three presidential campaigns. *American Behavioral Scientist* 54(1), 57–77.
- Johnson, T. J. & Kaye, B. K. 2010b. Choosing is believing? How web gratifications and reliance affect internet credibility among politically interested users. *Atlantic Journal of Communication* 18(1), 1–21.

- Juntunen, L. 2011. Leikkaa-liimaa-journalismia? Tutkimus uutismedian lähdekäytännöistä. Helsinki: Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Viestinnän tutkimusraportteja 4/2011.
- Kang, H., Bae, K., Zhang S. & Sundar, S. S. 2011. Source cues in online news: is the proximate source more powerful than distal sources? *Journalism & Mass Communication Quarterly* 88(3), 719–736.
- Klinenberg, E. 2005. Convergence: news production in a digital age. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 597(1), 48–64.
- Kuutti, H. & Manninen, V. 2013. Verkon pelisäännöt hukassa medialta. *Media & Viestintä*, 36(1), 81–87.
- Leccese, M. 2009. Online information sources of political blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 86(3), 578–593.
- Liiton jäsenet. Suomen Journalistiliitto 2013.
<http://www.journalistiliitto.fi/liitto/liiton_jasenet/> Viitattu 22.4.2013.
- Lucassen, T. & Schraagen, J. M. 2012. Propensity to trust and the influence of source cues in credibility evaluation. *Journal of Information Science* 38(5), 1–12.
- Lucassen, T. & Schraagen, J. M. 2011. Factual accuracy and trust in information: the role of expertise. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 62(7), 1232–1242.
- McManus, J. H. 2009. The commercialization of news. Teoksessa K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (toim.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York, NY: Routledge, 218–233.
- McNair, B. 2011. Managing online revolution: the UK experience. Teoksessa G. Meikle & G. Redden (toim.) 2011. *News online: transformations and continuities*. New York: Palgrave Macmillan, 38–52.
- McNair, B. 2006. *Cultural chaos: journalism, news, and power in a globalized world*. Lontoo: Routledge.
- Melican, D. B. & Dixon, T. L. 2008. News on the net: credibility, selective exposure, and racial prejudice. *Communication Research* 35(2), 151–168.
- Metzger, M. J. 2007. Making sense of credibility on the web: models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 58(13), 2078–

2091.

- Metzger, M. J., Flanagin, A. J. & Medders, R. B. 2010. Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication* 60, 413–439.
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. J. 2009. Between tradition and change: a review of recent research on online news production. *Journalism* 10(5), 562–586.
- Paterson, C. 2008. Introduction: Why ethnography? Teoksessa C. Paterson & D. Domingo (toim.) *Making online news: the ethnography of new media production*. New York: Peter Lang, 1–11.
- Pavlik, J. V. 2001. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Quandt, T. 2008a. (No) news on the world wide web. *Journalism Studies* 9(5), 704–716.
- Quandt, T. 2008b. Old and new routines in German online newsrooms. Teoksessa C. Paterson & D. Domingo (toim.) *Making online news: the ethnography of new media production*. New York, NY: Peter Lang, 77– 97.
- Quandt, T. & Singer, J. B. 2009. Convergence and cross-platform content production. Teoksessa K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (toim.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge, 130–144.
- Reich, Z. 2011. Source credibility and journalism. *Journalism Practice* 5(1), 51–67.
- Tuchman, G. 1972. Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity. *The American Journal of Sociology*, 77(4), 660–679.
- Scott, B. 2005. A contemporary history of digital journalism. *Television & New Media* 6(1), 89–126.
- Shoemaker, P. & Reese, S. 1996. *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. 2nd ed. White Plains: Longman Publishers.
- Vehkoo, J. 2011. *Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta*. Helsinki: Teos.
- Vraga, E. K., Edgerly S., Wang, B. M. & Shah, D. V. 2011. Who taught me that? Repurposed news, blog structure, and source identification. *Journal of Communication* 61, 795–815.
- Väliverronen, E. (toim.) 2009. *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus.

Wathen, C. N. & Burkell, J. 2002. Believe it or not: factors influencing credibility on the web. *Journal of American Society for Information Science & Technology* 53(2), 134–144.

Liite 1: Kysymysrunko

Taustatiedot

Ikäsi?

Korkein suorittamasi tutkinto?

Korkein suorittamasi tutkinto viestinnän alalta?

Työkokemuksesi viestinnän alalla?

Työkokemuksesi nykyisessä mediaorganisaatiossa?

Työkokemuksesi verkkotoimittajana?

Lähteiden luotettavuuden arviointi (toistetaan jokaisen jutun kohdalla)

Mitä lähteitä käytit?

Tutustuitko lähteisiin, joita et käyttänyt jutussa? Mitä ne olivat?

Miten löysit ja hankit edellä mainitut lähteet?

Miten juttua kirjoittaessasi arvioit edellä mainittujen lähteiden luotettavuutta?
(Miksi päätit käyttää lähdettä / jättää lähteen käyttämättä?)

Miten arvioit edellä mainittujen lähteiden luotettavuutta nyt?
(Pidätkö lähdettä luotettavana? Miksi / miksi et?)
(Olisiko juttua varten ollut saatavissa parempia lähteitä?)

Yleisiä kysymyksiä

Luonnehdi yleisesti verkkotoimittajan työtä mediaorganisaatiossasi.

Onko mediaorganisaatiollasi virallisia ohjeita lähteiden käyttöön ja/tai arviointiin?

Millaisia epävirallisia ohjeita olet saanut esimieheltäsi tai kollegoiltasi lähteiden käyttöön ja/tai arviointiin?

Millainen kulunut työvuoro oli aiempiin verrattuna?

Haluaisitko lisätä jotain liittyen verkkotoimittajan työhön yleisesti tai lähdekritiikkiin erityisesti?

Mikäli haastattelun aikana esiin tuli enemmän käsittelyä vaativia aiheita, voidaan niistä keskustella lopuksi: Miksi X on luotettava / epäluotettava lähde?