

**HELSINGIN SANOMIEN VERKKOLIITTEEN JA KANTALEHDEN SUHDE
TOIMITTAJIEN NÄKEMYKSIÄ JA KOKEMUKSIA**

Jenni Rinkinen

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Jyväskylän yliopisto

Viestintätieteiden laitos

Kevät 2004

| | |
|---|--|
| Tiedekunta HUMANISTINEN | Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN |
| Tekijä Jenni Rinkinen | |
| Työn nimi Helsingin Sanomien Verkkoliitteen ja kantalehden suhde. Toimittajien näkemyksiä ja kokemuksia. | |
| Oppiaine Journalistiikka | Työn laji Pro gradu -tutkielma |
| Aika Kevät 2004 | Sivumäärä 105 + liitteet |
| <p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkimuksen lähtökohta on uudenlaisen verkkojournalismin ja perinteisen lehtijournalismin suhde isossa sanomalehdessä. Aiheen taustalla on tutkijan oma työkokemus Helsingin Sanomien Verkkoliitteestä. Tapaustutkimuksen kohteena on 18 Helsingin Sanomissa tehtyä haastattelua, joiden avulla tutkielma vastaa kysymykseen: Millaiset ovat Helsingin Sanomien kantalehden toimittajien käsitykset Verkkoliitteestä?</p> <p>Kantalehden ja Verkkoliitteen suhdetta tarkastellaan kolmesta näkökulmasta, joita ovat organisaatio, toimitustyö ja journalismin sisältö. Organisaatioluvussa tarkastellaan, millainen on Verkkoliitteen asema isossa organisaatiossa. Esiin nousee erityisesti yhteistyö tai sen puuttuminen muiden osastojen kanssa. Toimitustyötä käsittelevässä luvussa selvitetään, miten toimitustyö on muuttunut erityisesti käytännön tasolla, kun sanomalehdet tekevät lehden ohella sähköistä uutispalvelua. Luvussa myös pohditaan, miten tällainen pakotettu synergia muuttaa esimerkiksi toimittajan ammatti-identiteettiä. Kolmas näkökulma paneutuu siihen, millaiset ovat verkkojulkaisemisen vaikutukset journalismin sisältöön. Luvussa nostetaan esiin verkkojulkaisujen ja reaaliaikaistuvan tiedonvälityksen luoma uudenlainen kilpailutilanne sähköisten viestimien ja lehtimaailman kesken.</p> <p>Tutkimuksen perusteella Verkkoliitteen asemaa perinteisessä lehtitalossa luonnehtii ennen kaikkea se, että Verkkoliite on jotain uutta. Sen rooli on edelleen vakiintumaton, ja sen perimmäinen tehtävä tuntuu olevan Helsingin Sanomissa epäselvä sekä kantalehteläisille että osin myös online-toimittajille. Haastattelujen perusteella voidaan todeta, ettei Verkkoliitteen arvostus ole kovin korkea kantalehteläisten silmissä. Verkkoviestintä ja verkkojulkaiseminen ovat kuitenkin tulleet jäädäkseen eikä niitä voi kukaan toimittaja enää vuonna 2004 ohittaa. Näin uuden ja vanhan on opeteltava olemaan yhdessä ja ajattelemaan asioista laajemmin kuin vain seuraavan päivän sanomalehden näkökulmasta.</p> <p>Verkkoliite hyötyy ja saa lukijoita sen taustalla olevan HS-brändin ansiosta. Kysymys lopussa kuuluukin, miten myös Helsingin Sanomat oppisi hyötymään Verkkoliitteestä?</p> | |
| Asiasanat verkkojulkaiseminen, online-journalismi, uutispalvelu, organisaatio, toimitustyö, ammatti-identiteetti, Helsingin Sanomat | |
| Säilytyspaikka | Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto |
| Muita tietoja | |

SISÄLLYS

| | |
|---|-----------|
| 1 ALUKSI | 1 |
| 2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS | 4 |
| 2.1 TUTKIMUSKOHTENA HELSINGIN SANOMAT | 4 |
| 2.2 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN ETENEMINEN | 6 |
| 2.3 HAASTATTELUT | 8 |
| 3 JOURNALISTINEN TAUSTA | 10 |
| 3.1 VERKKOVIESTINNÄN LYHYT HISTORIA JA ALATI MUUTTUVA TAIVAL | 10 |
| 3.1.1 Muutama sana verkkojulkaisemisesta | 13 |
| 3.1.2 Verkkojulkaisemisen ensimmäinen kompastuskivi: tuottamattomuus | 15 |
| 3.1.3 Verkkojulkaisemisen toinen kompastuskivi: journalismin traditio | 19 |
| 3.2 MILLAISILLA MALLILLA VERKKOLIITE TOIMII? | 21 |
| 3.2.1 Kuinka kaikki alkoi HS Verkkoliitteessä? | 21 |
| 3.2.2 HS:n Verkkoliitteen toimintamalli | 23 |
| 3.2.3 Kuka verkkouutisia lukee? | 26 |
| 3.3 MIKSI VERKKOJOURNALISMIA PITÄISI YLIPÄÄTÄÄN TEHDÄ? | 27 |
| 4 ENSIMMÄINEN LÄHESTYMISTAPA: ORGANISATORINEN NÄKÖKULMA | 31 |
| 4.1 TOIMITUS ORGANISAATIONA | 31 |
| 4.2 HELSINGIN SANOMAT JA VERKKOLIITE ORGANISAATIONA | 34 |
| 4.3 ONLINEN VAIKEA ASEMA | 38 |
| 4.3.1 Verkkoliitteen asema Helsingin Sanomissa | 38 |
| 4.3.2 Työkiertoko parantamaan asemaa? | 40 |
| 4.3.3 Missä online-toimituksen pitäisi fyysisesti sijaita? | 42 |
| 4.4 VERKKOLIITE TUTUKSI MUILLE OSASTOILLE | 44 |
| 4.4.1 Mitä omasta verkkotoimituksesta ylipäätään tiedetään? | 44 |
| 4.4.2 Mitä pitäisi kertoa, jotta toiminta tehostuisi? | 46 |
| 4.5 YHTEENVETOA | 49 |

| | |
|--|-----------|
| 5 TOINEN LÄHESTYSMISTAPA: | |
| TOIMITUSTYÖN NÄKÖKULMA | 52 |
| 5.1 MITEN TOIMITUSTYÖ ON MUUTTUNUT? | 52 |
| 5.1.1 Yleinen muutos: tuottavuus ja tasapäistäminen | 53 |
| 5.1.2 Digitaalisuuden tuoma muutos: konvergenssi ja moniosaaminen | 54 |
| 5.2 MITEN TOIMITUSTYÖ ON MUUTTUNUT KÄYTÄNNÖN TASOLLA? | 56 |
| 5.2.1 Online-toimittajan työ Helsingin Sanomissa | 57 |
| 5.2.2 Onlinen omia erityisiä työtapoja | 58 |
| 5.2.3 Kantalehden ja verkkotoimituksen yhteistyömuotoja | 60 |
| 5.3 ONLINE-TOIMITTAJAN AMMATTI-IDENTITEETTI | 64 |
| 5.3.1 Online-ammattilaisena Helsingin Sanomissa | 65 |
| 5.3.2 Minkälainen online-toimittaja on muiden toimittajien silmissä? | 66 |
| 5.3.3 Millä tavalla online-toimittajiin suhtaudutaan käytännössä? | 69 |
| 5.4 YHTEENVETOA | 71 |
| | |
| 6 KOLMAS LÄHESTYSMISTAPA: | |
| JOURNALISMIN SISÄLLÖN NÄKÖKULMA | 74 |
| 6.1 VERKKOLIITTEEN TUOMA UUDENLAINEN KILPAILUTILANNE | 74 |
| 6.2 VERKKOJULKAISUJEN VAIKUTUKSET JOURNALISMIN SISÄLTÖÖN | 77 |
| 6.2.1 Poikkeavatko online uutiskriteerit perinteisistä? | 78 |
| 6.2.2 Millä tavalla online-uutisia suunnitellaan ja tehdään verkon omia uutisia? | 80 |
| 6.2.3 Millainen on hyvä online-uutinen? | 81 |
| 6.2.4 Mikä on STT:n merkitys HS-onlinelle? | 82 |
| 6.2.5 Lukijapalautteen merkitys verkkotoimittajalle | 85 |
| 6.3 YHTEENVETOA | 86 |
| | |
| 7 VERKKOJOURNALISMI TULEVAISUUDESSA | 88 |
| 7.1 VERKKO JA JOURNALISMI – YHDISTÄMISEN VAIKEUDESTA | 88 |
| 7.2 VERKKOLIITTEEN TULEVAISUUS | 91 |
| | |
| 8 LOPUKSI | 95 |

LIITTEET

LIITE 1: YLEINEN HAASTATTELURUNKO

LIITE 2: HAASTATTELUT

1 ALUKSI

Tämä pro gradu on tutkimus *verkkojulkaisun ja kantalehden suhteesta*. Tapauksena tutkimuksessa on *Helsingin Sanomien Verkkoliite* sekä *Helsingin Sanomat*. Aihe ja tapaus ovat valikoituneet omien kokemusteni kautta, sillä olen työskennellyt verkko-toimittajana Helsingin Sanomien Verkkoliitteessä. Verkkoliite tuottaa sekä omia reaaliaikaisia online-uutisia että tekee seuraavan päivän paperisen Helsingin Sanomien jutuista lyhyitä pätkiä verkkoon jo edellisenä päivänä. Toiminta perustuu eri osastojen ja Verkkoliitteen väliseen yhteistyöhön.

Kiinnostus suhteen tutkimiseen heräsi, koska Verkkoliitteen ja kantalehden yhteistyö uutishankinnan suhteen ei näyttänyt onnistuvan ja kantalehden osastojen kanssa toimiminen oli jotenkin vaikeaa. Useimmiten syynä oli se, että verkkotoimituksen olemassaoloa ei osastoilla muistettu eivätkä eri osastojen toimittajat olleet vuorovaikutuksessa Verkkoliitteen toimittajien kanssa. Usein myös koin, että kanta- ja verkkolehden päämäärät olivat erilaiset. Kyse ei ollut kilpailusta, sillä Verkkoliitteen perimmäisenä tarkoituksena oli ja on tukea kantalehteä. Silti töissä mietin, miksi toimitusten välinen suhde oli tahmea tai että suhdetta ei tuntunut olevan lainkaan. Oliko vika ihmisten asenteissa, tietämättömyydessä vai organisaatiossa? Verkkoliite vaikutti joka tapauksessa olevan Helsingin Sanomissa oma irrallinen palikkansa.

Tutkimukseni alkuasetelma alkoi painottua ongelmiin. Siihen en kuitenkaan pyrkinyt. Tässä työssä en siis ole joko paperi- tai verkkolehden puolella, vaan tavoitteenani on miettiä *uudenlaisen median asemaa vanhassa perinteisessä ympäristössä*. Tarkastelun taustalla on hyvin laajoja kysymyksiä, kuten se, miten journalistit ja journalismin organisaatiot toimivat, ja kuinka niitä on muutettava, kun huomioon pitää ottaa uudenlainen media – verkkojulkaisu – sekä miten uusi media muuttaa journalismia? Tutkimukseni ei kuitenkaan pysty antamaan kysymyksiin suoria vastauksia. Sen sijaan tutkimukseni vastaa yhteen konkreettiseen tutkimuskysymykseen: *millaiset olivat Helsingin Sanomien kantalehden toimittajien käsitykset Verkkoliitteestä* [vuoden 2003 lopussa]?

Käsityksillä tarkoitan ennen kaikkea *mielikuvia, tietoa ja asenteita*. Näen, että uuden hyväksymisessä ja organisaation muuttumisessa asenteet ja toimitusten sosiaaliset käytänteet ovat merkittävässä osassa. Esitellessäni aiheitani tutkimusseminaarissa, se

kirvoitti läsnäolijoilta runsaasti kesätoimittajakokemuksia eri verkkojulkaisuista. Kukaan puhujista ei ollut työskennellyt itse online-toimittajana, mutta he olivat kokeneet kesätyössään kantalehdessä *pakkoa* verkkojulkaisun taholta. Oma-aloitteisesti he eivät olleet verkkoa muistaneet esimerkiksi juttukeikalta saapuessaan. Helpompi oli ollut mennä työkavereiden kanssa kahville ja kirjoittaa juttu niin, että se oli valmis juuri ennen työajan loppua. Lisäksi ihmiset eivät olleet innostuneet verkko-osastosta eivätkä olleet ymmärtäneet sen merkitystä. Eräs Helsingin Sanomien kesätoimittajana työskennellyt sanoi, että ei sitä verkkoa muista, koska työhön perehdyttävän esimiehen ensimmäiset sanat verkkotoimituksesta korostivat, ettei sitä tarvitse muistaa. Selvähän moisessa tilanteessa on, että vasta taloon tullut toimittaja kuuntelee kokeneempia ja alkaa käyttäytyä kuten *talon tavat* sanelevat.

Verkkouutisointia ei voi enää kukaan toimittaja kuitenkaan ohittaa vuonna 2004, sillä verkkoviestintä ja verkkojournalismi ovat tulleet jäädäkseen. Jossain vaiheessa myös kuluttajat alkavat vaatia korkealuokkaisia sisältöjä verkkoon, jolleivät sitä jo tee. Uuden – Verkkoliite – ja vanhan – Helsingin Sanomien kantalehti – on näin opeteltava olemaan yhdessä ja ajattelemaan asioista laajemmin.

Helsingin Sanomissa internetiin on kiinnitetty huomiota vuodesta 1996, jolloin taloon perustettiin uusi osasto Verkkoliite. Osastosta tuli nopeasti talon suurin, mikä aiheutti muiden osastojen toimittajissa jonkinlaista ärtymystä. Osaston lippulaivaksi nostettiin uudenlaisen verkkojournalismin – webortaasien – tekeminen. Webortaasit alkoivat nopeasti nauttia arvostusta alan sisällä, mutta rahaa multimedia ei tuottanut. Osastoa supistettiin rankasti vuoden 2001 lopussa. Nyt, vuoden 2004 keväällä, Verkkoliite on paitsi uusin, myös pienin osasto, jonka pääasiallinen tehtävä on online-uutisten tekeminen. Paikkaansa osasto joutuu edelleen hakemaan: kantalehden puolella toimituksen työtä kutsutaan arvolutautuneesti *lapioinniksi*. Toisaalta osataan muiden arvottaminen myös verkon puolella – Verkkoliitteessä kantalehteä kutsutaan *museoksi*.

Seuraavassa luvussa esittelen tutkimuskohteen tarkemmin ja käyn läpi tutkimuksen etenemisen yksityiskohtaisesti. Tutkimuksessani käytän aineistona 18:a Helsingin Sanomissa tehtyä haastattelua. Tavoitteena on muodostaa esitys uuden ja vanhan kohtaamisesta.

Lopuksi vielä muutama sana termeistä. Puhun Helsingin Sanomista [HS] tässä työssä myös Hesarina. Verkkoliitteellä ja verkolla tarkoitan aina Helsingin Sanomien Verkkoliitettä. Myös toimittajista puhun hesarilaisina ja verkkoliiteläisinä. Kun puhun työssä vanhasta Verkkoliitteestä, tarkoitan aikaa ennen vuoden 2001 lopun supistuksia. Talosta puhuttaessa tarkoitan Helsingin Sanomien toimitusta, en fyysisesti Sanomataloa. Toimituksen osastoista puhun sekaisin joko osastoina tai toimituksina, koska näin tehdään myös Helsingin Sanomissa. Kantalehdestä käytän sekä muotoa kantalehti että paperilehti.

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimukseni perustuu lähinnä haastatteluaineistoon ja on lähestymistavaltaan tapaustutkimus. Tapaustutkimuksessa tutkitaan vain yksi tapaus, mutta se tehdään perusteellisesti. Tässä tapauksena ja siten tutkimuskohteena ovat *ihmisten näkemykset organisaatiosta, ja sen tuotteista*. Pyrin tässä tutkimuksessa saattamaan haastatteluaineiston vuoropuheluun aikaisemman tutkimuksen, kirjallisuuden ja teorioiden kanssa. Tällainen näkökulma on tapaustutkimukselle tyypillistä sen monipuolisuuden ja joustavuuden ansiosta. (Ks. esim. Eskola & Saarela-Kinnunen 2001, 158, 168.) Haastattelumateriaali ja haastatteluissa saadut vastaukset eivät ole suoraan tutkimukseni tuloksia, vaikka haastattelukysymysten asettelu vastaakin tutkimuskysymyksiä. Tässä luvussa käyn läpi tutkimuskohteen, tutkimusmenetelmät ja sen, miten tutkimus etenee.

2.1 TUTKIMUSKOHTENA HELSINGIN SANOMAT

Tutkimuskohde voidaan tapaustutkimuksessa valita niin, että tapaus on joko mahdollisimman tyypillinen, jonkinlainen rajatapaus, tai että se on ainutkertainen, poikkeuksellinen tai opettava. Tapaus voi olla myös jotakin paljastava. (Eskola & Saarela-Kinnunen 2001, 162–163.) Itselläni tapauksen valintakriteereitä olivat tuttuus ja oma mielenkiinto. Kesätyötaustan ansiosta minulla oli valmiit yhteydet Helsingin Sanomiin ja tuttavuuden avulla myös taho suostui tutkimukseen helposti.

Helsingin Sanomat on Pohjoismaiden suurin tilattava päivälehti sekä johtava valtakunnallinen sanomalehti, jota lukee kolme neljästä pääkaupunkiseutulaisesta ja joka viides suomalainen. Lehti on sitoutumaton, ja se perustettiin vuonna 1904 edeltäjänsä Päivälehdessä [1889–1904] pohjalta. (Sanomaosakeyhtiön historia 2004.) Vuonna 2003 lehden arkilevikki oli 429 244 ja sunnuntailevikki 500 269 kappaletta.

(Levikintarkastus 2004). Helsingin Sanomien Verkkoliite

(<http://www.helsinginsanomat.fi>) on puolestaan tällä hetkellä kävijämääriltään yksi Suomen suosituimmista sanomalehdistä internetissä (Suomen Gallup Web 2004).

Verkkoon lehti vietiin 17. toukokuuta 1996 vain puolen vuoden kehittelyn jälkeen (Numminen 1998). Sähköinen uutispalvelu *Tuoreimmat uutiset*

(<http://www.helsinginsanomat.fi/tuoreet/>) perustettiin neljä vuotta myöhemmin

vuonna 2000. Seuraavan vuoden jouluna, 2001, Verkkoliitettä supistettiin rankasti. Tuolloin osaston toimittajavahvuudesta pudotettiin pois 75 prosenttia. Nykyään kaikki Verkkoliitteen toimittajat ovat myös online-toimittajia. (Pietinen 2003.) Syyskuussa 2003 Helsingin Sanomissa tehtiin rakenteellinen uudistus, jonka myötä se alkoi periä maksua uuden verkkolehtensä – Aamun Hesarin – käytöstä. Tuoreimmat uutiset säilyivät kuitenkin maksuttomina. Maksullinen sähköinen arkisto oli otettu käyttöön hieman aiemmin samana vuonna.

Tätä tutkimusta kirjoitettaessa [kevät 2004] Helsingin Sanomien verkkosivuille päivitetään tuoreita uutisia arkisin kello 7.00–1.30, viikonloppuna ja pyhäpäivinä kello 8.00–1.30. Online-uutisilla on eniten lukijoita kello 8–16, illalla selvästi vähemmän. (Tyysteri 2003.) Verkkoliitteen oppaaseen on kirjattu toimituksen tehtäväksi julkaista lyhyesti [ja nopeasti] niin sanottua suurta yleisöä kiinnostavia uutisia ja tärkeitä uutisia sekä pääkaupunkiseudun lukijoita palvelevia uutisia. Verkkoliitteen toimittajat päättävät itsenäisesti kunkin uutisaiheen julkaisemisesta tai julkaisematta jättämisestä. Online julkaisee päivän pääuutisten lisäksi muutaman kiinnostavan pätkän Hesarin omista huomisen paperilehden jutuista. Kantalehden merkittäviä omia uutisia ei yleensä julkaista vielä virka-aikaan [noin kello 8–16], paitsi jos uutinen on sellainen, että sen pelätään ehtivän tulla julki joltain muuta kautta. (Verkkoliitteen opas 2002.)

Tuoreimmat uutiset on jaettu osastoihin, joita ovat kotimaa, kaupunki, talous, ulkomaat, kulttuuri ja urheilu. Muita vakituisia osastoja ovat Maailman kuvia -palsta sekä Maailman ihmisiä -palsta. Verkkoliitteestä löytyy maksullisen arkiston ja Aamun Hesarin lisäksi myös kokonaisuuksia, jotka ovat vain verkkoon tehtyjä. Ne sijaitsevat Vain Verkkoliitteessä -osiossa. Verkkoliitteessä on myös viihdettä, kuten mahdollisuus lähettää e-kortti, Uutisguru-uutisvisa, Viivi ja Wagner -sarjakuva sekä Klik!-arkisto, joka sisältää esimerkiksi aikanaan tehtyjä webortaaseja.

Online-uutisten tarkoitus on täydentää uutiskehää ja vahvistaa näin Helsingin Sanomien brändiä. Käytännössä online myös *pelastaa* paperilehden sellaisissa tilanteissa, kun uutiset tapahtuvat painoaikataulun kannalta *väärään* aikaan. (Verkkoliitteen opas 2002.) Pelastamisesta voidaan puhua, koska online kilpailee muiden sähköisten välineiden kanssa juuri nopeudessa. Verkossa olevien juttujen määrä vaihtelee päivän ja kellonajan mukaan. Eniten uutisia sivuilta löytyy päivän päätteeksi illalla, vaikka tuolloin lukijoita onkin vähiten. Tämä johtuu tekniikasta, jonka avulla uutiset on

automatisoitu pysymään sivulla 18 tuntia. Verkkoliitteessä työskentelee tällä hetkellä [kevät 2004] esimiehen ja uutispäällikön lisäksi yhdeksän toimittajaa, yksi graafikko ja yksi tuottaja.

2.2 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN ETENEMINEN

Tutkimukseni etenee aineistopohjaisesti. Tämä mahdollistaa sen, että erilaiset teoriat, käsitteet ja aiemmat tutkimukset toimivat pitkälti tulkintakehyksinä. Tapaustutkimuksessa käytetään metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja ääni pääsevät esille. Tällaisia metodeja ovat esimerkiksi teemahaastattelu ja erilaisten tekstien diskursiiviset analyysit. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 42–43.) Tässä tutkimuksessa aineistoksi valikoitui 18 haastattelua, jotka tein puolistrukturoidulla menetelmällä eli *teemahaastattelulla*, jossa kysymykset ovat kaikille samat, mutta vastauksissa ei käytetä valmiita vastausvaihtoehtoja. Näin haastatellut saivat puhua kohtuullisen vapaasti ja minun tehtäväkseni jäi varmistaa, että kaikki etukäteen päätetyt teema-alueet käytiin läpi. Teemahaastattelu sopi menetelmäksi myös siksi, että se ottaa huomioon ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamansa merkitykset ovat keskeisiä. (Emt. 48.) Täysin avointa haastattelua en halunnut toteuttaa, koska silloin en olisi ehkä saanut haluamiani tietoja.

Eri metodioppaissa suositellaan, ettei teemahaastattelua varten tehdä yksityiskohdasta kysymysluettelo, vaan pelkkä teema-aiheluettelo, jonka avulla muotoillaan vastaustilanteessa varsinaiset kysymykset (ks. esim. emt. 66–67). Itse tein kuitenkin valmiiksi suhteellisen tarkan kysymysrunгон (liite 1). En tosin noudattanut sitä orjalisesti, vaan kysymysten järjestys vaihteli haastateltavien mukaan. Kaikkien kanssa en käynyt läpi kaikkia kysymyksiä, jos asiat olivat tulleet esiin muissa vastauksissa. Joidenkin kohdalla taas esitin paljon lisäkysymyksiä.

Analyysissä päädyin aineiston systemaattiseen luokitteluun. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että poimin jokaisesta vastauksesta teemaan liittyvän kohdan, mutta en vielä karsinut aineistoa. Aineistosta hain pääpiirteittäin seuraavia teemoja: *verkkournalismi, Verkkoliitteen asema, ja asenne sitä kohtaan, organisaatio, sisäinen tiedottaminen, toimitustyön muutos, sisällön muutos, tulevaisuus*. Teemojen välillä esiintyi päällekkäisyyttä ja päällekkäisyyden ongelma seurasi koko tutkimuksen ajan.

Aiheista esimerkiksi maksullisuus ja nopeus nousivat esiin monessa kohdassa enkä kokenut järkeväksi rajata niistä puhumista vain yhteen kohtaan tutkimusta. Tässä tullaankin yhteen analyysimenetelmäni vaikeuksista. Haastatteluaineiston analysoiminen ja tulkinta on usein ongelmallista, koska siihen vaikuttavat niin haastateltava, haastattelija, haastattelutilanne kuin tulkintatilanne (Hirsjärvi & Hurme 2000, 151). Haastateltavat ovat saattaneet antaa yleisesti hyväksytyjä vastauksia ja toisaalta itse olen tulkitsijana subjekti siinä missä muutkin. Huomasinkin, että useimmiten teemaa kuvaaviksi kommentteiksi valikoituivat muista poikkeavat vastaukset, koska ne toivat mukanaan uusia näkökulmia, toisin kuin enemmistön vastaukset.

Kuinka tällainen laadullinen tapaustutkimus sitten etenee? Aineiston vuoropuhelu tarkoittaa työssäni sitä, että jokaisessa varsinaisessa pääluvussa [luvut 4–6] käsittelem kolmea tutkimuksen peruselementtiä: teoriaa, aiempia tutkimuksia ja haastatteluja. Jokainen luku päättyy yhteenvetoon. Näin jokainen luvuista 4–6 voi periaatteessa toimia myös omana kokonaisuutenaan. Tämän kaltainen aineiston jaottelu aiheuttaa kuitenkin sen, että tutkimuksen alussa ei ole erityistä teoriaosuutta tai kirjallisuuskatsausta vaan niiden kaltaisia lukuja on jokaisessa pääluvussa. Käyn jokaisen pääluvun alussa läpi sen, miksi tämä näkökulma on tärkeä ja miten kyseinen luku rakentuu, ja mihin kysymyksiin se pyrkii vastaamaan.

Tulkintakehyksenä työssäni toimii luku 3, jossa käsittelem journalismia ja verkkojournalismia yleisellä tasolla, jotta tämän tutkimuksen tapaus kontekstoituu jotakin taustaa vasten. Kolmatta lukua vasten peilaan kolmea näkökulmaa: luvussa neljä näkökulma on organisatorinen, luvussa viisi käytännön toimitustyöhön perustuva ja luvussa kuusi sisällöllisiin asioihin keskittyvä. *Organisatorisen näkökulman* painopiste on erilaisten organisaatioiden yhteensovittamisessa – kantalehti toimii vertikaalisesti kun taas Verkkoliite horisontaalisesti. *Toimitustyöhön perustuvassa näkökulmassa* pääpaino on siinä, miten toimitustyö on muuttunut verkkojulkaisujen tulon myötä erityisesti käytännön tasolla. *Sisällön näkökulma* keskittyy uudenlaisen ajattelun tuomiin muutoksiin; siihen, mitä uutisia ja milloin, lukijat saavat eteensä. Näkökulmaluvut ovat syntyneet haastatteluteemojen perusteella ja uskon, että niiden avulla pystyn rakentamaan esityksen Verkkoliitteen ja Hesarin kantalehden suhteesta ja siihen vaikuttavista asioista. Luku 7 puolestaan käsittelee tulevaisuutta ja toimii jatkona luvulle 3. Viimeisessä luvussa 8 vastaan vielä kerran pääkysymyksiin näkökulmaluvuissa esiin tulleiden tulosten valossa.

2.3 HAASTATTELUT

Haastateltavia minulla oli neljästä eri ryhmästä – esimiehistä, toimittajista, verkkoliiteläisistä ja johtoportaasta. Haastateltuja oli kaikilta perusuutisosastoilta [kotimaa, politiikka, kaupunki, talous, ulkomaat, kulttuuri, urheilu] ja Verkkoliitteestä yhteensä 18. Haastattelut jakaantuivat siten, että toimittajahaastatteluja tein kantalehden puolella viisi. Verkkoliitteen puolelta haastattelin esimiestä ja uutispäällikköä sekä kolmea toimittajaa – kolmea siksi, että Verkkoliitteen online-toimittajien tausta on hyvin erilainen, mikä taas tarjoaa monia näkökulmia. Lisäksi haastateltavana oli toimituspäällikkö, jonka halusin ennen kaikkea vastaavan kysymyksiin lehden virallisen linjan edustajana. (Liite 2.)

Sovin haastatteluista jokaisen henkilön kanssa erikseen joko puhelimitse tai sähköpostitse. Sitä ennen olin ottanut yhteyttä Helsingin Sanomien toimituspäällikköön Kimmo Pietiseen, jonka kautta sain päätoimittajan luvan tutkimukseeni. Pietinen myös kertoi osastoille työstäni etukäteen, joten ihmiset osasivat odottaa yhteydenottoani. Yksikään ehdokkaista ei kieltäytynyt haastatteluista. Tein haastattelut kahden viikon aikana Sanomatalossa marras- ja joulukuussa 2003. En lähettänyt haastateltaville kysymyksiä etukäteen, mutta olin sopimisvaiheessa kertonut tutkimuksen linjoista. Ennen haastatteluja kaikilla haastateltavilla oli mahdollisuus kysyä tutkimuksesta lisää ja muutamat myös tekivät niin. Haastattelut kestivät puolesta tunnista puoleentoista tuntiin ja tallensin ne minidiscille. Haastattelurupeaman jälkeen purin ja litteroin haastattelut saman tien – en tosin sanatarkasti, koska vastauksissa olennaisinta on sisältö. Pyrin myös jatkuvasti kirjaamaan ylös omia muuttuvia tuntemuksiani verkkotoimittajan työstä.

Haastatellut ovat kaikki pitkän linjan hesarilaisia yhtä lukuun ottamatta. Kokeneimmalla on työuraa samassa talossa lähes 40 vuotta, nuorimmalla puoli vuotta. Haastatteluista naisia oli seitsemän ja miehiä yksitoista. Valitsin toimittajahaastateltavat satunnaisesti – en esimerkiksi sen mukaan, kuka olisi tehnyt erityisen paljon yhteistyötä Verkkoliitteen kanssa. Kävikin ilmi, että vain yksi toimittajista oli aktiivisessa kanssakäymisessä online-toimittajien kanssa. Yhteistyökokemusten vähäisyys teki haastatteluista kiinnostavia. Tilanne oli esimiesten kanssa luonnollisesti erilainen, sillä he ovat aseman vuoksi enemmän yhteistyössä onlinen kanssa. Näkemykset vaihtelivat silti huomattavasti. Haastattelujen tunnelma oli rento ja koin, että ihmiset

puhuivat rehellisesti. Joidenkin kohdalla nousi esiin kiinnostavia mielipiteitä myös kysymysten ulkopuolelta. Toiset puolestaan vastasivat vain kysymyksiin, ja niihinkin paikoin lyhytsanaisesti.

Tutkimuksen teemat ja sitä myöten haastattelukysymykset liittyvät vahvasti ihmisten työhön, työympäristöön ja mielipiteisiin. Siispä anonymiteetin säilyttämiseksi käytän haastatelluista koodeja H1, H2 jne. Koodit ovat satunnaisia eivätkä vastaa esimerkiksi aakkosjärjestystä. Joissakin kohdissa käytän kuitenkin haastateltujen nimiä, jos se tuo paremmin esiin asiayhteyden. Tuolloin en käytä heistä mitään koodia ja nimellä mainitut haastatellut on merkitty myös lähdeluetteloon.

Alun perin ajatuksenani oli sisällyttää tutkimukseen myös paikan päällä havainnointia. En kuitenkaan ryhtynyt siihen, mutta tutkimuksessa on silti joitakin havaintoihin perustuvia huomioita jo oman työkokemuksenikin takia. En erittele tutkimuksessa havaintoja, vaan ne ovat mausteina esimerkin muodossa – osa on omia kokemuksiani, osa haastatteluissa tehtyjä havaintoja, osa haastateltavien kertomia esimerkkejä. Käytän seuraavissa luvuissa suoria lainauksia haastateltavien puheesta mahdollisimman kuvaavasti. Haastateltujen suorat sitaatit ja esimerkit on kursivoitu ja käytän niitä osana varsinaista leipätekstiä. Sitaattien keskelle olen myös lisännyt hakusulkeissa sanoja ymmärrettävyyden lisäämiseksi. Suorat lainat kirjallisuudesta on sisennetty, ja niissä on pistekoko pienempi.

Haastattelujen kohdalla on lisäksi huomioitava, että tässä tutkimuksessa ei pyritä tiivistämään aineistoa keskivertoihin tapauksiin eikä luvuissa ja yhteenvedoissa esitellä, mitä haastateltavat keskimäärin sanovat, vaan periaatteessa jokainen vastaus on olennainen. Olen kuitenkin käyttänyt tutkimuksessa joitakin määrälliseen ja yleistettävyyteen pyrkivään tutkimukseen viittaavia ilmaisuja kuten *niin ja niin moni* tai *useimmat*. Ilmaisuja on käytetty vain siksi, että lukijalle muodostuisi aineiston kuluista selkeä käsitys. Tarkoituksena ei ole ollut missään vaiheessa tehdä määrällistä analyysia siitä, kuinka moni on vastannut jollain tietyllä tavalla. Määrällinen analyysi ei edes olisi haastateltavien määrän [18] huomioon ottaen tai työn tavoitteen kannalta olennaista. Siksi esimerkiksi ilmaisu *toimittajat / esimiehet toivovat* koskee vain tutkimuksen haastateltavia, ei muita. Huomioitavaa on myös se, että aineistossa esiintyvät mielipiteet ja tilanteet koskevat vain Helsingin Sanomien tilannetta ja sielläkin vain tilannetta haastatteluhetkellä marras- ja joulukuussa 2003.

3 JOURNALISTINEN TAUSTA

Jos tämä tutkielma olisi kirjoitettu kymmenen vuotta sitten, olisi se ollut aivan erilainen. Vuonna 1994 verkkoviestinnän nousu oli vasta alkamassa, sillä vain harva ihminen oli sinut tietotekniikan kanssa. Windows-ympäristön yleistyttyä tilanne muuttui nopeasti. Kun internet valtasi länsimaisen maailman 1990-luvun alussa, oli se vain harvojen suomalaisten herkkua, mutta keväällä 2002 kerran viikossa internetiä käyttäviä oli jo 55 prosenttia suomalaisista. Päivittäiskäyttäjiä oli 35 prosenttia kansasta. Internetin yleisimmät käyttömuodot vuonna 2002 olivat sähköposti, asiatiedon haku ja pankkipalvelut. (Sauri 2002, 309). Verkkolehdet eivät olleet käyttäjien listan kärjessä.

Tässä luvussa käyn läpi muutamia perusajatuksia verkkoviestinnästä. Näkökulmani on ensin verkkoviestinnän ominaispiirteissä, sitten verkon rahallisessa tuottamattomuudessa ja journalismin traditiossa. Erityisesti verkkojournalismin tuottamattomuuden voi mielestäni nähdä vaikuttavan vahvasti verkkojournalismin tämänhetkiseen asemaan perinteisessä mediakentässä.

Luvun tarkoituksena on toimia tutkielmani tulkintakehyksenä ja taustana, jotta lukija pystyy kiinnittämään tapauksen *Helsingin Sanomat* yleiseen mediakentällä verkon myötä tapahtuneeseen muutokseen. Taustoitan tässä luvussa myös sitä, millaista verkkojournalismia Helsingin Sanomissa tehdään ja kuka sitä lukee. Tämä taustoittava kehysluku päättyy kysymysketjuun: mikä onkaan verkkojournalismin – erityisesti Verkkoliitteen – lisäarvo printtimediaan nähden? Miksi lehden pitäisi löytyä myös tai ainoastaan verkosta, vai tultaisiinko sitä ilman toimeen?

3.1 VERKKOVIESTINNÄN LYHYT HISTORIA JA ALATI MUUTTUVA TAIVAL

Uudenlainen verkossa tapahtuva viestintä nimettiin 1990-luvulla *uusmediaksi*. Termillä tarkoitetaan Yleisen suomalaisen asiasanaston (YSA 2004) mukaan tietokonevälitteistä, vuorovaikutteista sähköviestinnän muotoa kuten tietoverkko-, hyper- ja multimediasovellusta. Uusmedia kuuluu [joukko]viestimet-kategoriaan ja on rinnakkainen viestin lehdistölle, radiolle ja televisiolle. Uusmedialle on olennaista

jakelukanavien rajojen katoaminen, eri viestintyyppien yhdisteleminen ja käyttäjän ottaminen mukaan tuotantoon vuorovaikutuksen avulla (YSA 2004).

Vaikka uusmediasta puhutaan edelleen, termi korvataan käyttäjien puheissa yhä useammin sanalla *verkkoviestintä* (ks. esim. RE: 2003). Tässä työssä puhun molemmista. Verkkoviestinnästä puhun aina kun mahdollista. Uusmediasta puhun silloin, kun käyttämäni lähde puhuu siitä, enkä ole varma voisiko asiaa kutsua verkkoviestinnäksi. Perustelen verkkoviestintä-sanankäyttöä sillä, että uusmedia voi tarkoittaa mitä vain aina cd-levyistä digitaaliseen televisioon ja radioon. Tämä työ keskittyy kuitenkin vain verkkojulkaisuihin. Sitä paitsi uusmedia on minusta terminä huono ja ongelmallinen sen alkuosan *uus* takia. Uusihan on suhteellinen käsite, sillä se, mikä on tänään uutta, on jo huomenna vanhaa. Vai mitä mieltä pitäisi olla mahdollisesta tulevaisuuden lausahduksesta *100 vuotta uusmediaa?* Erityisesti viestintäteknologian historiaa ja kehitystä käsittelevässä kirjallisuudessa onkin jaksettu muistuttaa, että jo paikkansa lunastaneet välineet kuten radio ja televisio, ovat myös olleet aikanaan uusia (Heinonen 2002a, 161).

Tekniikka siis uudistuu, laitteet muuttuvat ja sisällöt mukautuvat. Viestintäteknologian uudet sovellukset ja uudet viestinnälliset käytännöt eivät kuitenkaan synny tyhjästä, vaan ne kehittyvät yhteiskunnallisen viitekehyksen kautta. Eli, kun yhteiskunta muuttuu, muuttuu myös journalismi, ja kun yhteiskunta kehittyy, kehittyy myös journalismi – haluttiinpa sitä tai ei. Uusmedian journalismin professori Ari Heinonen (1999b, 21–22) on määritellyt neljä yhteiskunnallista selittäjää, jotka ovat muuttaneet journalismia. Näitä ovat *sosiokulttuuriset*, *taloudelliset*, *teknologiset* ja *ammattillisnormatiiviset* syyt. Heinonen viittaa muutosta kuvatessaan Michael Schudsoniin, jonka mukaan journalismin tutkimus on uutistuotannon sosiologiaa. Tällä Schudson tarkoittaa sitä, että journalismi muotoutuu yhteiskunnan kehityksen mukana, ja nämä muutokset voidaan ymmärtää sosiaalisina ilmiöinä. Schudsonin ylevisistä ajatuksista huolimatta keskustelu journalismin muutoksesta on kuitenkin internetin osalta ollut vuosituhannen vaihteen molemmin puolin niinkin arkista kuin keskustelua tuon uuden välineen vaikutuksesta journalismiin. (Emt.)

Ilman vastarintaa ei verkkoviestintä ole alkanut lunastaa paikkaansa. Kun joukkotiedotusvälineet alkoivat digitalisoitua, pelättiin multi- ja verkkomedioiden vaarantavan perinteisten julkaisukanavien – kuten sanomalehtien – aseman. Pelko on

osoittautunut ainakin nyt aluksi aiheettomaksi, koska erityisesti verkkomediat ovat pyrkineet toimintatapoihin, jotka ovat rinnakkaisia muille jo olemassa oleville joukkoviestimille ja näin pyrkineet täydentämään joukkoviestintän kenttää. (Picard 2002, 39.) Eli vaikka ihmiset pääsevät koko ajan helpommin tietoverkkoon, ei esimerkiksi lehtien ja kirjojen levitys paperiversioina ole merkittävästi vähentynyt (Wiio & Nordenstreng 2001, 13). Huvittavaa kyllä, mutta harvemmin kukaan on epäillyt television aseman murtumista.

Jotkut tutkijat ovat todenneet suorastaan kryptisesti internetin olevan vain puoli vuosisataa meneillään olleen teknologisen muutoksen tuote tai oire (Pavlik 2001, xi–xvi). Joidenkin mielestä kehityksen suunta ei kuitenkaan ole suoraviivaista, sillä [viestintä]teknologian kehitys vaikuttaa väistämättä kaikkiin joukkoviestimiin. Television myötä sanoma- ja aikakauslehtien muotokieli ja sisältö muuttuivat, samoin verkkojulkaisut näyttivät aluksi sanomalehdiltä. Ja kun verkkoon alkoi pikku hiljaa muodostua omat ilmaisumuotonsa, alkoi se puolestaan näkyä sanoma- ja aikakauslehdissä. (Kiviranta 2001, 48.)

Verkkoviestintä on siis vaikuttanut niin lehtijulkaisujen viestinnälliseen muotoon ja sisältöön kuin myös tekniseen rakenteeseen, kuten tuotteiden jakeluun. Myös yritys- tasolla rakenteet ovat muuttuneet. Perinteiset toimialarajat ovat hämärtyneet, kun viestintäteollisuus on solminut niin sanottuja strategisia alliansseja kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Esimerkkinä tästä toimintamallista ovat kansallisella tasolla fuusioiden tuloksena vuonna 1999 syntyneet multimediatyöt SanomaWSOY ja Alma Media. Selkein ulkomaalainen esimerkki uudentuneista strategisista alliansseista oli internetyhtiö America Onlinen ja mediajätti Time Warnerin fuusio vuonna 2000, jolloin uusi yhtiö sai nimen AOL Time Warner. (Sauri 2000, 235–248.)

Ennen kuin tartun verkkojulkaisemiseen hieman tarkemmin katson vielä, millaiseen tutkimuksen perinteeseen verkkoviestintän tutkimus on sijoitettava. Uusmedian tutkimus hyödyntää monilta osin jo olemassa olevaa joukkoviestintän tutkimusta, ja sen teorioita. Joidenkin tutkijoiden mielestä varsinainen uusmedian teoria ei kuitenkaan ole tuonut yhtään todella uutta näkökulmaa viestintäteoriaan. Toisten tutkijoiden mielestä nimenomaan uusmedian tarkasteleminen suhteessa perinteiseen joukkotiedotuksen tutkimiseen tekee siitä kiehtovaa. Näin siksi, että uusmedia koskettaa viestintän eri osa-alueita teknisistä laitteista ja järjestelmistä viestintäkäytäntöjen

kautta viestinnän osapuolten keskinäisiin suhteisiin. On kuitenkin huomioitava, että mielekkäisiin tutkimusasetelmiin päästään vain, jos uusmediaa tarkastellaan viestinnällisenä ilmiönä sen sijaan, että sitä pidettäisiin pelkästään viestintäteknologian etappina. (Heinonen 2002a, 160.)

Professori Sinikka Sassi (2003, 102) puolestaan kysyi Helsingin yliopistolla omassa virkaanastujaispuheessaan keväällä 2003, mitä verkko on todellisuudessa muuttanut, vieläpä niin radikaalisti, että verkkoviestintä on ansainnut oman professuurinsa? Lau-
sahduksen taustalla Sassilla on ajatus, että verkkoviestinnän asiantuntemusta tarvittaisiin ehkäpä vain siirtymäajan ajaksi. Siirtymäajalla hän tarkoittaa aikaa ennen kuin kaikki mediat alkavat toimia verkon välityksellä. Hän nimittäin kutsuu verkkoa kaikkien medioiden äidiksi, koska se sulauttaa yhteen eri viestimet. Sassin määritelmässä viestimien väliset erot eivät katoa, vaan verkko tarjoaa niille yhteisen välitysalustan.

Itse olen tässä työssä tarttunut verkkoviestinnän tutkimukseen alueella, joka tarkastelee uusmedian myötä muuttunutta viestinnällistä ympäristöä nimenomaan viestinnällisenä ilmiönä, ei teknologisenä.

3.1.1 Muutama sana verkkojulkaisemisesta

Verkkojulkaiseminen herätti paljon lupauksia 1990-luvun puolivälissä ja nostatti huuman, joka kuitenkin laantui nopeasti taloudellisten paineiden alla. Silti kaikki sanomalehdet, radioasemat ja televisiokanavat halusivat mahdollisimman nopeasti vakiinnuttaa asemansa internetissä. Suomen ensimmäinen sanomalehti verkossa oli Turun Sanomat vuonna 1995 ja perässä seurasivat Iltalehti, Aamulehti ja Helsingin Sanomat. Verkkolehtien määrä alkoi kasvaa nopeasti ja vuonna 2002 lehdeksi luokiteltavia julkaisuja oli internetissä tarjolla noin 300. Suurin osa niistä oli perinteisten lehtien verkkoversioita, jotka sisälsivät tavallisesti vain osan lehden koko aineistosta. Jotkut lehdet tosin tarjosivat verkkoversiossaan myös sellaista materiaalia, jota ei julkaistu painetussa lehdessä. (Sauri 2002, 309.)

Alkuvuosien innostus synnytti verkkojulkaisemisen piirissä monia uusia tekemisen malleja ja tekijöitä koulutettiin. Taustalla oli toive, että internet tulisi nopeasti osaksi arkea ja avaisi uudenlaisia mahdollisuuksia ansaita rahaa. Näin ei kuitenkaan tapah-

tunut eikä verkkoviestintä ole onnistunut vielä arkipäiväistymään toivotusti. Mietinnässä ovat edelleen myös toimivat ja kestävät rahoitusratkaisut sekä yleisön houkutteleva teleminen tietoverkkoihin.

Arkipäiväistymisen hitauteen vaikuttaa myös tietoverkkojen tekninen luonne.

Kehitysvauhdista antaa hyvän kuvan seuraava toteamus.

Kun graafisen www:n perustana oleva html-koodauskieli kehitettiin vajaa kymmenen vuotta sitten [kirjoitettu 1996] ja kun ensimmäiset varteenotettavat verkkojulkaisut luotiin ehkä vajaa viisi vuotta sitten, niin jo pari vuotta sitten puhuttiin ”kolmannen sukupolven” web-julkaisuista. Julkaisuntekijöiden avantgardistien aikaperspektiiviä kuvastaa hyvin erään opaskirjan aloitusvirke: ”Me emme tee webjulkaisuja samalla tavalla kuin vanhempamme tekivät.” (Heinonen 1998, 6 Siegelia seuraten.)

Toisaalta tekniikka on helpottanut, vaikkakin muuttanut toimittajantyön rutiineja ja erityisesti internet ja sähköposti ovat tuoneet toimittajat lähemmäs yleisöä ja yleisön lähemmäs toimittajia. Tekniikka on myös tarjonnut uutissisällölle uudenlaisia jakelukanavia: ensin radion ja television ja nyt internetin.

Tekniikka on myös tuonut verkkojulkaisemiseen valtavasti uusia mahdollisuuksia: on *multimediaalisuutta*, jossa erilaiset aineistot voidaan saattaa yhteen monesta eri esitysmenetelmästä rakentuviksi kokonaisuuksiksi. On olemassa *hyperlinkityksen* mahdollisuus, minkä avulla julkaisun eri osat saadaan liikkumaan ei-lineaarisesti. On *vuorovaikutteisuutta*, mikä mahdollistaa yleisön yhteisöjen muodostumisen julkaisujen kautta. On *rajattomasti tilaa ja aikaa*, minkä ansiosta verkkojulkaisut voivat olla kuinka laajoja tahansa, ja ne voivat olla yleisön saatavilla kuinka kauan tahansa. *Arkistomaisuuden* ansiosta verkkojulkaisu itsessään voi olla portti erilaisiin tietovarantoihin ja verkkojulkaisun vanhat numerot voivat muodostaa arkiston, jonka avulla voi päästä myös muihin tietoverkkojen tietovarantoihin. *Haettavuuden* avulla verkkojulkaisun käyttäjä voi etsiä juuri haluamaansa tietoa. *Reaaliaikaisuus* mahdollistaa nopean julkaisun. Ja *globaalisuuden* ansiosta verkkojulkaisu on saatavilla missä tahansa maailmassa, jos sille ei ole teknisiä esteitä. Voipa verkkojulkaisun käyttäjä jopa *personoida* itselleen sopivan käyttöjärjestelmän, ja tekeepä verkkojulkaisemisen *julkaisuista monikanavaisia ja laajentaa aikajännettä*. (Heinonen 2002a, 169–173.)

Uusia ilmaisumahdollisuuksia internetissä siis on. Niitä ei kuitenkaan osata vielä välttämättä hyödyntää. Esimerkiksi erään, vuonna 2001 tehdyn tutkimuksen mukaan verkon mahdollisuuksista hypertekstuaalisuutta, multimediaalisuutta tai vuorovai-

lutteisuutta ei verkkojutuissa juuri esiintynyt. Sen sijaan reaaliaikaisuutta, tietokantoja ja lukijan ja lehden välistä vuorovaikutteisuutta oli käytetty hyödyksi enemmän. (Kiviranta 2001, 48–50.) Toisaalta joskus tuntuu, että on hyväkin, ettei kaikkiin verkon mahdollisuuksiin ole tartuttu innokkaasti. Otan esimerkiksi rajattoman tilan: verkossa on rajattoman tilan myötä vapaus ratkaista sisällön laajuus. Kun verkkoavaruudessa riittää tilaa, pääsee sivuille usein myös heikkotasoisista juttuaineistoa. Ja kun tyhjänpäiväiset jutut täyttävät sivut, eivät ne houkuta lukemaan muutakaan, kenties korkeatasoisista aineistoa. Esimerkistä huolimatta ydinkysymys on edelleen se, miksi verkolle ominaisia piirteitä ei ole hyödynnetty verkkojulkaisuissa kovin paljon? Mielestäni vastauksia on kaksi: *vaatimus taloudelliseen tulokseen* sekä *journalismin traditio*. Käsittelen näistä ensin ansaintalogiikan.

3.1.2 Verkkojulkaisemisen ensimmäinen kompastuskivi: tuottamattomuus

Useimmat lehdet tarjoavat edelleen verkkolehensä ilmaiseksi, toiset vaativat lukijoilta rekisteröinnin. Osa taas tarjoaa verkkolukumahdollisuuden ainoastaan tilaajilleen – missä en näe minkäänlaista järkeä, varsinkaan jos verkkolehti sisältää saman aineiston kuin paperinen. Tällöin puhutaan oheispalvelusta, jota voi verrata painettuihin liitteisiin. Puhtaasti maksullisia palveluita tarjosivat vuonna 2002 lähinnä talouslehdet. (Sauri 2002, 309.) Tilanne on kuitenkin muuttumassa ja esimerkiksi Helsingin Sanomat alkoi elokuussa 2003 periä verkkolehdestään maksua kaikilta – myös paperilehden tilaajilta. Samaan oli päätyneet Keski-suomalainen jo hieman aikaisemmin. Useimmat lehdet ovat myös päätyneet muuttamaan arkistonsa maksulliseksi. Miten maksullisuuteen on sitten päädytty?

Taloudellinen lama 1990-luvun alussa ja siihen liittynyt suurtyöttömyys merkitsivät rajua iskua Suomen sanomalehdille: 1990-luvun alkuvuosina seitsemänpäiväiset sanomalehdet menettivät yli neljännesmiljoona tilaajaa. Sanomalehtien yhteislevikki putosi 16 prosenttia ja vuosittaiset ilmoitustulot laskivat kolmanneksen, yli miljardi markkaa. (Mervola 1998, 63, 67.) Menetysten syynä olivat väestön kulutusmahdollisuuksien heikkeneminen, sanomalehtien reaalihinnan nousu sekä joukkoviestintäkentän uudet tulokkaat – kuten internet. Kun tässä saumassa aloitettiin verkkojulkaiseminen, niin mielestäni ei ole ihmeäkään, että uuden *ilmaisen* palvelun pelättiin horjuttavan sanomalehtien asemaa. Näin ei kuitenkaan käynyt. Kaikki palvelut eivät ole pysyneet internetissäkään ilmaisina, ja toisaalta internetiin ei ole kyetty kehit-

tämään kunnollista ansaintamallia. Harva internetin pientä rahavirtaa kritisoiva kuitenkaan ottaa huomioon, että takana on itse asiassa useita hylättyjä ansaintamalleja.

Online-tyyppistä sisällönjakelua kokeiltiin nimittäin jo 1970-luvulla sanomalehtiyrityksissä, jotka muokkasivat omia aineistojaan televisioruudulta luettaviksi videoteksteiksi. Tuotanto oli edullista, koska se perustui aineistojen versiointiin. Mutta, vaikka lopputuote pidettiin ilmaisena, ei yleisö kiinnostunut siitä ja malli hylättiin. Seuraavaksi kokeiltiin internet-tuotantoa niin, että käyttäjät olisivat maksaneet käytöstä. Sisällöntuotantoyritykset nimittäin keksivät jo 1980-luvulla, että internet on helppo jakelukanava, koska perustamiskustannuksia ei ollut. Markkinat eivät kuitenkaan avautuneet, koska yleisö ei pitänyt maksullisuuden ajatuksesta. Sitten kokeiltiin internetin hyödyntämistä keräämällä käyttäjistä tarkkoja tietoja, joiden avulla pyrittiin saamaan mainostajia kiinnostumaan palvelujensa markkinoinnista joko sivuilla tai suoraan käyttäjille. Käyttäjät pitivät tapaa tungettelevana eivätkä palvelujen tarjoajat halunneet sivuilleen ylimääräisiä mainostajia. Tällä hetkellä uskotaan portaaleihin, joista käsin käyttäjä pääsee laajoihin palveluihin oman valintansa mukaan. Tämäkään malli ei kuitenkaan takaa tasaista tulovirtaa, vaan tulovirran odotetaan kertyvän mainosvirrasta ja maksullisista palveluista ja palvelumaksuista, jotka vastaavat nykyistä kaapeli- ja satelliitti-tv-palvelua. (Picard 2002, 27–30.)

Miksi verkkomedialla sitten ylipäättään halutaan ansaita? Ehkä siksi, että verkkomedia houkuttaa edelleen, koska se pystyy hyödyntämään sähköistä tuotantoketjua ja tuottamaan sisältöä edullisesti. Tilanne ei kuitenkaan ole ollut ruusuinen, sillä esimerkiksi yhdysvaltalaisen Forrester Groupin tutkimuksen mukaan amerikkalaisista verkon sisällöntuotantoyhtiöistä vain 23 prosenttia toimi kannattavasti vuonna 2000 ja 55 prosenttia oletti pääsevänsä kannattavaksi vuoteen 2002 mennessä. (Ward 2002, 7.) Tilanne ei ole tähän asti ollut yhtään sen parempi Suomessa, sillä verkkolehdeissä mainostamiseen käytettiin Suomen Gallup-Median mukaan vuonna 2001 vain yksi prosentti mediamainonnan kokonaisvolyymista (Sauri 2002, 310). Tilanne on kuitenkin muuttumassa, sillä ennusmerkkien mukaan vuodesta 2004 on tulossa Suomessa kaikkien aikojen verkkomainontavuosi. TNS Gallupin tutkimus ennustaa verkkopanostusten nousevan tänä vuonna 19 prosenttia, mikä nostaisi verkon osuuden mediamainonnasta jo 2,7 prosenttiin. Ennusteen takana ovat ennen kaikkea

kasvavat kävijämäärät, uudet mainosmuodot sekä nopeiden laajakaistayhteyksien yleistyminen. (Metsämäki 2004.)

Helsingin Sanomissa on tähän asti ollut tietoinen ratkaisu pitää verkossa mainokset ja uutiset erillään. Ajatus syntyi vanhan Verkkoliitteen aikana, jolloin palveltiin sellaisia verkkokäyttäjiä, jotka ärsyntyivät mainoksista, ja joiden mielestä mainokset eivät kuuluneet internetiin (Pietinen 2003). Periaatteesta tingittiin kuitenkin jo tuolloin. Verkkoliitteessä nimittäin kokeiltiin vuonna 1998 talon itse kehittämää ”Vinneriä”, joka tarkoitti videobanneria [internet-sivuilla julkaistavia mainoslinkkejä kutsutaan bannereiksi]. Vinneristä toivottiin ratkaisua mainostilan pieniin tuottoihin, mutta ideasta luovuttiin kolmen viikon kokeilun jälkeen. (IBM 1998.) Periaatteista joudutaan tinkimään edelleen, koska Verkkoliitteen sivuille on nykyään pakko saada mainoksia. *Verkkomedia ei ole rahasampo plus tässä talossa niitä pieniäkään juttuja ei ole osattu muuttaa rahaksi. Ei ole osattu myydä, koska meidän markkinoinnissa ei ole ollut ihmistä, jolla olisi tehtävänä myydä mainoksia Verkkoliitteeseen oikeasti. Vasta nyt on verkkomainontaan suhtauduttu vakavammin.* (Pietinen 2003.) Tilanne on toinen kantalehden puolella, jossa isot mainosliitteet ovat suunnitelmallisia ja ainakin osittain toimituksen kanssa yhteistyössä tehtyjä.

Mainokset eivät ole siis tuoneet onnea, mutta verkkojulkaisujen maksullisuuskaan tuskin parantaa tulevaisuuden näkymiä. Esimerkiksi Yhdysvalloissa verkkojulkaisujen maksullisuus on romahduttanut kävijämäärät (Sauri 2002, 309). Sama kohtalo uhkaa maksullisuuden myötä Helsingin Sanomia. Kun paperilehden verkkoversio muutettiin maksulliseksi elokuussa 2003, lehti joutui välittömästi luopumaan Suomen kolmanneksi suosituimman www-mediasivuston tittelistä. [Vuonna 2002 suosituin sivusto oli MTV3 Internet yli miljoonalla kuukausittaisella kävijällään. Seuraavaksi suosituin oli YLE – 638 401 kävijää. Kolmanneksi suosituin oli Helsingin Sanomat 582 048 kävijällään.] (Sauri 2002, 317.) *Pitkäänhän me oltiin niskan päällä ja hyvissä asemissa kävijämäärissä. Nyt tämä maksullisuus ja nämä iltapäivälehtien tilpehöörit ovat vaikuttaneet niin, että me jäädään kävijämäärissä jonkin verran. Meidän [kävijämäärä] pyörii 250 000–260 000 per viikko [marraskuussa 2003], mutta joku Ilta-Sanomat vetää tällä hetkellä yli 400 000.* (Tyysteri 2003.) Verkkoliitteen kaikkien aikojen kävijäennätys on maaliskuulta 2003, jolloin Irakin sota ja Suomen eduskuntavaalit tapahtuivat yhtä aikaa. Tuolloin kävijöitä oli sivuilla viikon aikana 385 000 (Tyysteri 2003).

Helsingin Sanomissa verkkolehden maksullisuuteen ei päädytty hetken mielijoh-
teesta, vaan vuosien aikana on mietitty paljon sekä maksullisuutta että rekisteröi-
tymistä. Aluksi Verkkoliite oli avoin vain tilaajille ja vaati rekisteröitymisen. Vuoden
2000 alusta rekisteröityminen poistettiin ja siitä lähtien sivut olivat elokuuhun 2003
kaikille avoimet – syyskuusta 2003 lähtien verkkolehti on maksanut kaikille. Verk-
kolehdestä perittävää maksua perustellaan materiaalin runsaudella, sillä ennen mak-
sullisuutta lehden uutisaineistosta oli julkaistu verkossa vain noin neljännes (Media-
netti 2003). Verkkoliitteeseen avattiin vuonna 2003 myös toinen uusi maksullinen
palvelu, tekstiarkisto, joka sisältää Helsingin Sanomien toimituksellisen aineiston
vuodesta 1990. Verkkoliitteen päätuote Tuoreimmat uutiset kuitenkin säilyi maksut-
tomana. Maksuttomina säilyivät myös Aamun Hesarin etusivut ja pelkästään verkos-
sa julkaistavat sisällöt.

Verkkolehdestä ei kuitenkaan ole saatu aivan toivotulla tavalla tilauksia. Toimitus-
päällikkö ei silti ole masentunut. *Markkinoinnilla oli alaspäin meneviä käyriä, mutta
mun mielestä on hyvä, että muutamakin tuhat on maksanut siitä* (Pietinen 2003). Pie-
tisen mielestä verkkotilauksia alkaisi tulla, jos verkkoversiota alettaisiin myydä te-
hokkaammin ja ihmisiä opastettaisiin palvelun ääreen. Maksullisista palveluista
toinen, tekstiarkisto, kuitenkin myy hyvin. *Sehän ei ole varsinaisesti Verkkoliitteen
toimituksen asia. Mutta kun se on tuolla [Verkkoliitteen sivulla], niin se tuo ihmisiä
sivuille muutenkin, ja ne huomaa online-uutiset.* (Emt.)

Lopulta kuitenkin vain aika näyttää, miten Helsingin Sanomien Verkkoliitteen kä-
vijämäärien lopulta käy. Ainakin kävijämäärän lasku näyttäisi olevan väliaikainen.
Kun ihmiset huomasivat, että online-uutiset pysyivät ilmaisina, alkoivat kävijämäärät
taas nousta. Maaliskuussa 2004 tapahtuneen Konginkankaan bussiturman aikoihin
Verkkoliitteessä kävi viikon aikana 373 517 ihmistä (Suomen Gallup-Web 2004) eli
lähes saman verran kuin vuotta aiemmin Irakin sodan aikana.

Mutta vaikka kävijöitä verkkosivuilla riittäisi, vähäiset mainostulot ja pienet
rahavirrat vaikuttavat verkkolehtien kohdalla edelleen resurssien jakoon. Tutki-
mukset osoittavat, että verkkojulkaisuja tehdään yleensä vaatimattomalla työ-
voimalla. Helsingin Sanomissa resurssit ovat aina olleet kohtuulliset, koska talossa
halutaan omat HS:n näköiset online-uutiset. *Verkkotoimitukset ovat muualla hyvin
pieniä – yhden kahden tai vain puolen ihmisen kokoisia, joten on selvää, ettei siellä*

voi olla omaa online-uutisoitinta (Tyysteri 2003). Yleisesti vain vajaa kolmannes sanomalehdistä oli vuonna 2001 palkannut verkkojulkaisua varten omia työntekijöitä ja suurin osa lehdistä oli sijoittanut verkkojulkaisemiseen vain pieniä summia (Kiviranta 2001, 6).

3.1.3 Verkkojulkaisemisen toinen kompastuskivi: journalismin traditio

Verkon ominaisuuksien hyödyntämisessä toinen kompastuskivi on ollut *journalismin traditio*. Uudesta viestimestä kun on helppo tehdä tuttu soveltamalla siihen aiemmista välineistä tuttuja ilmaisutapoja ja näin juuri sille uudelle välineelle ominaisen viestintätavan muotoutuminen hidastuu (Stephens 1998, 9). Verkkjournalismin suhteen ajatus on hyvin todennettavissa, sillä sanomalehtien verkkojulkaisujen sisällöt on useimmiten kopioitu suoraan paperipainoksesta. Tätä on perusteltu muun muassa käyttötottumuksilla. Esimerkiksi Drok (1998, 74–75) on todennut, että Euroopassa on sanomalehden ja internetin välillä voimakas yhteys. Eli jos ihminen lukee sanomalehteä, hän todennäköisesti käyttää myös verkon palveluja. Johtopäätös tästä on ollut, että perinteisen lehden lukemistottumuksia kannattaa hyödyntää verkkolehdeissä. Ehkä asia on oikeasti näin, mutta itse uskon, että syy kantalehden sisällön ja ulkoasun jäljittelyyn verkkoversiossa löytyy laiskuudesta ja ennen kaikkea rahallisten resurssien puutteesta.

Sanomalehdet ovat toki yrittäneet muuttaa verkkoversioidensa sisältöä ja ulkoasua. Verkkoversiota on muokattu juttumäärää karsimalla, juttuja lyhentämällä, muokkaamalla rakennetta hypertekstimuotoon ja taustoittamalla juttuja aiemmin julkaistuilla jutuilla. Ovatpa toiset yrittäneet tuoda verkkomaailmaan painetun lehden esimerkiksi pdf-muodossa, jollaista esimerkiksi Keskisuomalainen tarjoaa maksullisena omasta lehdestään. Jonkin verran muokkaus ei kuitenkaan mielestäni tee verkkolehdestä mitenkään erityistä paperilehteen verrattuna. Sen sijaan erityisen siitä tekee heti jo esimerkiksi sisällön päivittäminen monta kertaa päivässä, jolloin verkkolehti ilmestyy ikään kuin jatkuvasti. Jatkuvuus ja nopeus tekevät verkkjournalismista myös läheisen *nykyjournalismille*.

Nykyjournalismin ominaispiirteeksi on nimittäin nimetty *lyhytjäteisyys*. Se korostaa tämän hetken arvoja, joita ovat paikan päällä, tässä ja nyt. Kehitys ei kuitenkaan ole aina positiivista, sillä lyhytjäteisyyden myötä journalismin sanoman on sanottu

pelkistyvän, kärjistyvän ja yksinkertaistuvan eikä se jätä enää sijaa tulkinnoille tai taustoille. Joukkoviestintä nähdään myös yhä yleisemmin kaupankäyntinä, jossa journalistiset jutut ovat yhdessä ilmoitusten kanssa tuote, jota myydään ja jota on myytävä. Tämän kanssa on sopusoinnussa se, että lukijoista puhutaan asiakkaina ja tuotteen kuluttajina. (Kivikuru 1995, 23, 27, 29.)

Nopean uutisvälittämisen myötä tietoverkot ovat myös vaikuttaneet uutisten luotettavuuteen ja luottamus on ollut erityisesti laskussa Yhdysvalloissa (Pavlik 2001, 125). Totta onkin, että reaaliaikaisen journalismin merkityksen kasvu on vaikuttanut myös online-uutisoinnin epätarkkuuteen. Voidaankin ajatella, että nopeus on tarkkuuden vihollinen. Totta myös on, että online-uutispalveluissa ilmestyvät virheelliset ja myöhemmin korjattavat uutiset voivat horjuttaa myös itse päämedian, sanomalehden luotettavuutta. Mutta toisaalta, miksi online-journalistit eivät pystyisi tarkkuuteen uutistuotannossaan samalla tavoin kuin muutkin toimittajat? (Emt. 126.)

Maa­ilmanlaajuinen tietoverkko on vaikuttanut sanomalehden asemaan myös yleisön ja median suhdetta sekä demokratiakäsitystä tarkastellessa. Tekniikka sinänsä ei ole tuonut journalismin ja yleisön suhteeseen mitään ratkaisevasti uutta tai toisenlaista. Se on kuitenkin tuonut sanomalehtien verkkoversioihin palautemahdollisuudet, gallupit ja keskustelutyypiset mielipideosastot, jotka alkavat olla sähköisen arkiston ja linkkilistojen ohella vakiotarjontaa (Ridell 1999, 131). Tutkijat pitävätkin väistämättömänä, että vanhojen journalististen organisaatioiden pitää omaksua uusi interaktiivinen toimintakulttuuri. Tätä pidetään journalismin säilymisen ja demokratian toimivuuden kannalta välttämättömänä, sillä yleisöstä on tullut viestintäprosessin aktiivinen toimija. (Esim. Pavlik 2001, 136).

Tutkijoiden puheet tuntuvat aika positiivisilta, sillä vaikka internetin käyttäjien määrä lisääntyy koko ajan, samalla vauhdilla internet uhkaa jakaa väestön kahtia. Hälyttävää on, että kuilu on auennut paitsi maailmanlaajuisesti, myös Suomessa. Yhteiskunnallisessa mielessä digitaalisen kuilun käsite tarkoittaa syvällistä eriarvoistumiskehitystä, jossa jotkin yksilöt, ryhmät, alueet tai kokonaiset kansakunnat ja maan-osat jäävät tietoyhteiskunnan palvelujen ja mahdollisuuksien ulkopuolelle (Tuorila 2004, 8).

3.2 MILLAISILLA MALLILLA VERKKOLIITE TOIMII?

Edellisissä kappaleissa tutustuttiin verkkoviestinnän mahdollisuuksiin ja kompastuskiviin. Tässä luvussa pääpaino on Helsingin Sanomissa. Ensiksi käsittelen Verkkoliitteen historiaa, joka alkaa vuodesta 1996. Mielestäni on syytä hahmottaa, millaiselta alustalta online-uutiset ponnistavat. Menneisyys kun tuntuu vielä kummittelevan monen tutkimukseen osallistuneen mielessä. Historiakappaleen jälkeen annan puheenvuoron haastatelluille, jotka saavat kommentoida, millaiset uutiset online-uutiset ovat ja kuka niitä lukee.

3.2.1 Kuinka kaikki alkoi HS Verkkoliitteessä?

Verkkoliitteen aloittaessa toimintansa sille oli annettu pelkistetty ohje: tehkää jotain. Verkkoliitteen haluttiin olevan ennen kaikkea Helsingin Sanomien peilauspalvelu, joka siis käyttäisi painetun version materiaalia. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 38.) Uutisten lisäksi Verkkoliite sisälsi alkuvaiheessa Nyt-liitteen ja Klik!-palstan, jossa julkaistiin erikseen Verkkoliitettä varten tehtyä internet-aiheista aineistoa. Lisäksi merkittävistä tapahtumista laitettiin uutispätkä verkkoon mahdollisimman pian. (Tahkokallio 1996.) Voidaankin ajatella, että jo tuolloin HS:ssä otettiin online-toimittamisen ensimmäisiä askelia. Verkkoliitteessä oli myös arkisto, josta rekisteröitynyt käyttäjä näki vanhojen verkkolehtien uutiset.

Alussa Verkkoliitteen suurin ongelma oli tekniikka. Yhteydet olivat hitaat ja toimitus joutui tekemään paljon työtä, jotta nettisivut saatiin nopeasti latautuviksi (Numminen 1998). Verkkoliitteen uutisten tekeminen oli alkuaikoina hyvin rutinoitunutta, joten toimittaja ei juurikaan päässyt käyttämään luovuutta, ja työ vastasi toimituksen käsittelijän työtä. Mielekkääksi työn kuitenkin teki suurempi valta kuin perinteisessä välineessä. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 42.) Toimittajien mielenkiintoa pitivät yllä myös uudenlaisen median mahdollisuudet.

Kello neljä aamuyöllä. Verkkoliite on ollut julki tunnin, ja olemme kaikki niin väsyneitä, että jaksamme tuskin juoda punertavaa venäläistä juhlashamppanskojea ennen kotiinlähtöä. Lehti numero yksi on järkyttävän täynnä kiireessä tehtyjä kirjoitusvirheitä – puolen vuoden kehitysaikataulu ei aivan pitänyt. Kari Hintikan verkkodekkari ratkeaa muutamassa tunnissa. Meillä on siis lukija! (Tosiasiassa postilaatikkoon valuu kolmekymmentä viestiä päivässä. Näistä joka kuudes on kiittävä.) Suora palaute kummastuttaa toimittajia. Kunnianhimoisena tavoitteena on vastata työaikana saapuviin viesteihin tunnissa. Se herättää usein vastapuolella järkytteeniloista hämmennystä. (Numminen 1998.)

Kun Verkkoliite oli ollut verkossa muutaman viikon, putkipommi räjähti olympia-puistossa Atlantassa. Neljässä tunnissa Verkkoliite oli haastatellut räjähdystä lähimpänä ollutta suomalaista ja kasannut jättipaketin tapahtuneen ympäriltä. Verkkoliiteläisistä alkoi tuolloin tuntua, että internet on uutisväline. Verkkoliitteen tuolloinen uutispäällikkö Petteri Numminen arvioi Suomen Lehdistön haastattelussa 1996 tilannetta seuraavasti:

Viestintäkuvio on nyt muokkaantumassa uudestaan, television keksimisen jälkeen tämä [internet] on seuraava suuri mullistus. Tämä väline mahdollistaa kuitenkin niin paljon sellaisia asioita, jotka missään muussa välineessä eivät ole mahdollisia. (Tahkokallio 1996.)

Vuonna 1999 Verkkoliitteen kerrottiin olevan verraten hyvillä voimavaroilla varustettu itsenäinen toimitus. Tuolloisen toimitussihteerin Mika Pippurin mukaan paperilehden toimittajat olivat alkuvuosina usein innostuneita avustamaan Verkkoliitettä juttujen teossa, koska verkkoon kirjoittaminen irrotti heitä paperilehden omista rutiineista. Pippurin mukaan yhteistyö eri osastojen välillä sujui hyvin, mutta yhteistyötä ei tehty paperilehden ja Verkkoliitteen toimituksen välillä niin, että sama aihepiiri olisi nostettu esiin molemmissa. (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 8, 39, 69.)

Alkuvuosien jälkeen Helsingin Sanomien Verkkoliitteestä tuli edelläkävijä hypermediaa hyödyntävässä verkkojournalismissa ja Verkkoliitteen *webortasit* [verkkoreportaasit] voittivat kansainvälisiä kilpailuja. Helsingin Sanomat rekisteröi webortasit-tuotemerkin (Pasula 2002, 6), mutta siitä huolimatta webortasit-sana on nykyisin yleisesti käytössä. Online-utiset sen sijaan aloitettiin Helsingin Sanomissa verraten myöhään Sydneyn olympialaisten aikoihin syksyllä 2000. *Se tuli toimitukseen lähes käskynä, että nyt online-utiset kuuluu tämän Sanoma Osakeyhtiön strategiaan*, muistelee toimituspäällikkö Kimmo Pietinen [tuolloin kotimaan toimituksen esimies]. Vielä tuolloin Verkkoliite oli jakautunut kahteen osaan – online-puoleen ja webbaripuoleen – ja molemmilla puolilla oli omat esimiehensä ja toimintatapansa (Tyysteri 2003).

Verkkoliitteen webortasit lopetettiin jouluna 2001, kun toimituksen vahvuus oli yli 40 henkilöä. Toimitus oli tuolloin yksi Helsingin Sanomien isoimmista, ja se oli kasvanut kymmenkertaiseksi alkuvuosista. Syy hypermediatuotannon lopettamiseen ja samalla koko Verkkoliitteen supistamiseen oli taloudellinen. Webortasien tekeminen oli kallista eikä sitä saatu rahoitettua mainostuloilla. Webortaseilla oli kuitenkin selvästi kysyntää, ja ne keräsivät runsaasti palautetta. (Pasula 2002, 5.) Siksi

onkin odotettavissa, että webortaasien kaltaiset teokset löytävät vielä paikkansa verkkournalismissa. Myös Verkkoliitteessä tehdään edelleen pienempiä verkkoteoksia, vaikka isotöisten webortaasien tekeminen lopetettiin. Verkkoliitteen lisäksi verkkoreportaaseja tekee suhteellisen säännöllisesti Suomessa esimerkiksi YLE24.

Kun verkkotoimintaa karsittiin, Pietinen oli jo Helsingin Sanomien toimituspäällikkönä. *Meille tuli määräys, että pitää vähentää ihmisiä. Meille [vastaavalle päätoimittajalle ja toimituspäälliköille] jäi tehdä suunnitelma, mitä Verkkoliitteestä halutaan jättää jäljelle. Päätös tuli nopeasti: Me halutaan pitää uutiset ja aamun lehti ja muu on sekundääristä.* (Pietinen 2003.) Suunnitelman jälkeen kolmikko katsoi millä porukalla online-uutisia pystyttäisiin tekemään ja muusta jouduttiin luopumaan. Tuloksena oli reilun kymmenen hengen toimitus.

Karsinnan myötä online-puolta uudistettiin ja toiminta lanseerattiin siten, että online-uutisista tuli kaikkien yhteinen ponnistus. Pääsisällön verkkoon oli tarkoitus tulla talon paperilehteen kirjoittavilta uutistoimittajilta. Periaate on pysynyt vuodesta 2001 samana, mutta käytäntö osoitti varsin pian, etteivät asiat suju aivan periaatteen mukaan. *Toiset osaa ja innostuu siitä enemmän ja toiset ei sitä tee* (Pietinen 2003). Pietinen joutui siis uutena toimituspäällikkönä keskelle verkkotoimintojen uudelleenorganisointia, ja kun Verkkoliitteen varsinainen esimies jäi vuorotteluvapaalle, toimi Pietinen Verkkoliitteen esimiehenä nelisen kuukautta. *Mä rupesin matkasaarnaajaksi. Tässä organisaatiossa, niin kuin missä tahansa organisaatiossa, natsat pätevät. Mun oli helpompi käydä sanomassa toimituksissa, että teidän pitää tehdä juttuja onlineen.* (Emt.) Ohjeita ei kuitenkaan kirjattu ylös vaan määräykset online avustamisesta annettiin toimituksille suullisina. Toimintatavaksi alkoikin muodostua menetelmä, jossa online-toimittajat kysyivät, saisiko jutuista käyttää pätkiä, ja kanta-lehden toimittajat vastasivat, mitä vastasivat. Tapa on käytössä edelleen, eikä suunnitelmia, tavoitteita tai linjauksia ole edelleenkaan päivitetty tai kirjattu ylös. (Emt.)

3.2.2 HS:n Verkkoliitteen toimintamalli

Verkkoliitteen pitäisi ihanneltilanteessa olla lehden toimittajille uutispalvelu, jota käydään lukemassa säännöllisesti. Näin ei kuitenkaan ole, vaikkakin Helsingin Sanomien toimittajat pitävät lehtensä uutispalvelua *luotettavana* ja *nopeana*. Online-uutisia pidetään myös tukitoimintona paperiselle Hesarille. Mutta miten muuten talon

toimittajat kuvailevat Helsingin Sanomien uutispalvelua? *Se on kohtuullisen hyvin toimiva sähköuutisten jakeluverkko. Sehän on aika suppea, mutta mun mielestä se on vakava ja suhteellisen nopea nimenomaan sähköuutisten välittäjänä ja tukee aika hyvin – silloin kun se tehdään oikea-aikaisesti – meidän omia uutisia.* (H3.) Toiset pitävät sitä samanlaisena kuin muut vastaavat julkaisut – *se on valtavirtaa* (H13), toisten mielestä se erottuu edukseen olemalla hesarilainen. *Jos puhutaan valtakunnallisista uutisista, mun mielestä Hesarissa on suurempi mahdollisuus törmätä yllättävään uutiseen, joka poikkeaa siitä yleisestä päivän valtavirrasta* (H9).

Verkkoliitteen valttina pidetään myös *tasalaatuisuutta*. Tasalaatuisuus muodostuu siitä, että palvelusta löytyvät päivän pääuutiset, jotka lukemalla tietää, mitä Suomessa ja maailmalla tapahtuu. *Vaikka se ei ole kattava, eikä se ole niin hyvä kuin tästä lehdestä irtoaisi, se on ilmeisesti parhaita tuolla verkossa olevista kilpailijoihinsa nähden. Se toimii samalla lailla kuin Hesarin brändi muutenkin – pitää katsoa mitä Hesari sanoo.* (H12.) Tärkeänä kriteerinä pidetään siis sitä, että uutiset ovat omaa tuotantoa. *Musta ne on Suomen parhaimmasta päästä, ammattitaitoisemmin tehty. Nimenomaan, koska kaikki on omaa tuotantoa ja siellä on ihmisiä, jotka tekee niitä kuukausipalkalla itse. Se ei ole vain sitä, että joku lähettää niitä sinne.* (H14.) Muutamamat vastaajat pitävät tärkeänä, että palveluun satsataan sopivassa suhteessa STT:n tuotantoa ja sopivassa määrin omien toimittajien uutisia. Kaiken kaikkiaan pidetään tärkeänä, että palvelu on *HS-vetoinen* eikä *STT-vetoinen*. Jälkimmäisessä tapauksessa palvelu kun ei poikkeaisi valtaosasta suomalaisia lehtiä, joiden sähköuutiset ovat yhtä kuin STT:n automaattipalvelu.

Kiinnostavaa on, että yhden vastaajan mielestä HS:n online-uutiset ovat liian hyvät. Vastaaja perustelee kantaansa eettisesti hankalalla valintatilanteella, jossa ongelma on, että saman organisaation pitää tuottaa eri tuotteita eri päämäärin. *Me tehdään käytännössä samalla organisaatiolla eri tuotteita. Jos ajatellaan paperilehden toimittajan tehtävää, niin sen pitäisi tehdä vähän huonompi juttu verkkoon. Tai sitten Verkkoliitteen toimittajien pitäisi ajatella, että hei: me voitaisiin laittaa kaikki jutut ulos, niin sitten me tehtäisiin niin hyvä verkkolehti kuin me voidaan.* (H5.) Tätä vastaajaa huolestuttaa, että päätuote eli Helsingin Sanomat kärsisi online-uutisista. Vastaaja ei ole ajatustensa kanssa yksin, sillä jokaista haastateltua esimiestä askarruttaa se, missä vaiheessa oma uutinen on syytä panna onlineen ja missä vaiheessa ei. Molemmista vaihtoehdoista kun on huonoja kokemuksia.

Verkkoliiteläiset itse kritisoivat palvelunsa kattavuutta. Konkreettisimmin erot tulevat haastateltujen mukaan esille urheilu- ja talousjutuissa, joissa kunkin verkko-toimittajan kiinnostuneisuus ohjaa sitä mitä verkkoon laitetaan. *Jos mä olisin urheilun kuluttaja, niin luottaisinko mä siihen, että siellä on ne uutiset aina ajoissa? Mä epäilen vähän. Ja jos on oikeasti taloudesta kiinnostunut, niin uutiset haetaan Kauppalehdestä tai Taloussanomista tai mennään suoraan Hexiin. Toisaalta meidän tehtävä ei ole tehdä online-uutisia näille erityisalojen ihmisille, vaan näyttää mitä tänään on ilmassa.* (H10.) Verkkoliiteläiset eivät pidä tasalaatuisuutta myöskään itsestäänselvyytenä. Yksi olennainen syy on se, ettei koko paperilehden toimitusta ole vielä onnistuttu saamaan mukaan verkkolehden toimintaan. Toisaalta verkkoliiteläiset antavat kritiikkiä uutisten määrästä. Palveluun kun kertyy päivän aikana helposti niin paljon uutisia, ettei kokonaisuus enää hahmotu eikä lukija pysty erottamaan olennaisimpia uutisia. Tilanne muuttuisi, jos verkkoliiteläisillä olisi selkeämät säännöt siitä, miten minkäkin uutisen kanssa toimitaan. Asia on vaikea, koska usein nettitoimittajana tulee julkaistua sellaisia uutisia, mitkä eivät kiinnosta itseä, mutta mistä joku on luultavasti kiinnostunut.

Helsingin Sanomien uutispalvelu on kaikkien vastaajien mielestä kilpailukykyinen. Osa vastaajista muistuttaa, että verkkopalvelu on luotu nimenomaan sellaiseksi systeemiksi, jonka avulla pystytään olemaan reaaliaikaisia ja kilpailemaan sähköisten välineiden kanssa. Kilpailukykyisyys syntyy vastaajien mielestä resursseista: *Siinä on aika usein kaksi ihmistä vuorossa, jotka pystyy tekemään pohdittuja uutisratkaisuja, miettimään mikä on tärkeätä. Ja ehtii tekemään juttuja myös itse, ettei julkaista pelkästään samaa mitä on STT:llä.* (H10.) Kilpailijoina pidetään vastaavia nettiuutispalveluita kuten Ylen teksti-tv:tä, MTV3:a, Nelosta, Ilta-Sanomia ja Ilta-lehteä sekä sähköisiä välineitä. *Online-uutiset kilpailee jopa STT:n kanssa, mutta mä luulen, että se on tämmöistä alan sisäistä kilpailua. Yleisradio ei selvästikään halua kilpailla niiden nettisivuilla muita vastaan. Mun mielestä siellä on selvästi luovuttu uutisten välittämisestä – siellä nopeus, runsaus, kattavuus eivät ole kriteerejä. Sieltä puuttuu olennaisia uutisia, eikä ne halua niitä näköjään tehdä.* (H12.) Vastaajien mielestä Helsingin Sanomien palvelua ei ole syytä verrata ulkomaisiin, koska ne toimivat edelleen, supistuksista huolimatta, ihan eri resurssein.

Vastaajien mielestä ei kuitenkaan saa tuudittautua siihen, että Verkkoliitteen uutispalvelu olisi automaattisesti hyvä. Ihan huono se ei vastaajien mielestä kuitenkaan

voi olla, koska palvelulla on vakiintunut käyttäjäkunta. Tärkeimpänä vastaajat pitävät juuri sitä, että uutispalvelu on lunastanut paikkansa yleisön keskuudessa. Kiinnostavaa on, että monen paperilehden toimittajan ja esimiehen mielestä Verkkoliitteen omaa profiilia pitäisi korostaa ja omien toimittajien tekemiä uutisia pitäisi lisätä. Kiinnostavia lausahdukset ovat mielestäni siksi, että juuri nämä vastaajat itse voisivat vaikuttaa haluamaansa asiaan. Harva niin kuitenkaan tekee.

3.2.3 Kuka verkkouutisia lukee?

Entä kuka Helsingin Sanomien online-uutisia sitten lukee ja kenelle ne on lehden toimittajien mielestä suunnattu? Suurimman osan mielestä sivut on suunnattu *ns. tavalliselle Hesarin lukijalle*, ihmisille, jotka ovat kiinnostuneet asioista yleisesti, ja jotka istuvat työpäivänsä tietokoneen ääressä tai joilla on kotona laajakaistayhteys. Vastaajat uskovat myös, että käyttäjissä on paljon nuoria ja opiskelijoita, joille paperilehti ei ole enää niin merkittävä. *Onhan ne – ei nyt parempaa väkeä – mutta sellaisia, jotka ovat tässä elämässä kiinni, joilla on vehkeet pöydällä* (H8). Paremmasta väestä puhuu yllättäen useampi kuin yksi vastaaja, mikä kieli siitä, että internetin käyttöä pidetään yhä hieman korkeammin koulutettujen asiana. *En mä usko, että kaveri, joka on esimerkiksi rakennuksella töissä, hakeutuisi jonkin päätteen ääreen lukeakseen nettiuutisia. Se hommaa jonkun paperilehden.* (H16.) Suurimman osan mielestä online-uutisten käyttäjät ovat työpaikkakäyttäjii. Verkkoliitteen esimies perustelee näkemystä kävijämäärillä. *Eniten sivuillamme vierailaan virka-aikana, arkipäivinä 8–16 välillä. On helppo päätellä, että ihmiset lukee uutisia työpaikoilla.* (Tyysteri 2003.) Osa työpaikkakäyttäjistä lukee uutisia joko työkseen tai sitten vain siksi, että siihen on mahdollisuus.

Urheilusta tai taloudesta todella kiinnostuneiden ei uskota juurikaan käyttävän HS:n sivuja. *Mä luulen, että talousalan ammattilaiset saattaa enemmän painottua erikoispalveluihin. Mutta on sellaisia päiviä, jolloin me julkaistaan nämä edellisvuoden tulot ja verot ja silloin mä luulen, että aika paljon talousalan väkeä käy katsomassa, paljonko kaverit tienasivat edellisenä vuonna.* (H11.) Urheilun seuraajat saadaan sivuille silloin kun urheilutapahtumien uutisointiin on selkeästi paneuduttu, kuten arvokisojen kohdalla tehdään.

Vastaajien mielipiteet ulkomailla asuvista suomalaisista jakautuvat kahtia: toiset pitävät heitä kohderyhmänä ja toiset eivät. Toisaalta myös ei-ryhmän mielestä ulkosuomalaiset lukevat Helsingin Sanomien uutispalvelua, vaikka he eivät kohderyhmään kuuluisikaan. Myös paljon matkustavat luetaan kohderyhmään. Toimittajien mielipiteistä tulee esiin myös kaksi ei niin itsestään selvää käyttäjäryhmää. Toisen näistä muodostavat uutisfriikit, jotka lukevat kaikkia uutisia. Tällaisille friikeille tärkeintä on tunne jatkuvasta uutisten seuraamisesta. Heitä ei häiritse se, että samat asiat toistuvat eri foorumeilla. Toinen merkittävä ryhmä uskotaan olevan HS:n kilpailijat, jotka vastaajien mukaan ovat tottuneet tarkistamaan aina säännöllisesti, mitä Helsingin Sanomien online-uutisissa kirjoitetaan. *Mä luulen, että online-uutisia lukee ennen kaikkea toiset tiedotusvälineet, vaikka sanotaankin, etteivät toimittajat tekisi juttuja toisille toimittajille* (H14). Vastaajat uskovatkin kävijöitä riittävän erityisesti Helsingin Sanomien ansiosta. *Aika monet käy meitä katsomassa, koska taustalla on vahva Hesari. Ajatellaan, että online-uutisilla on tarjota jotain sellaista mitä muilla ei sillä hetkellä välttämättä ole.* (H10.)

Verkkoliiteläisten mielestä online kohderyhmää pitäisi miettiä nykyistä tarkemmin ja tehdä juttuja sen mukaan. Kritiikkiä saa erityisesti tehtäviin kuuluva pakko seurata urheilua ja osavuosikatsauksia – liekö sitten omaa haluttomuutta kirjoittaa sellaisesta mistä ei ole kiinnostunut. Joillakin osastoilla verkon kohderyhmää on jo mietitty. Esimerkiksi kaupunkitoimituksessa pyritään syöttämään onlineen pienimmätkin liikenneasiat, vaikka asiasta ei tehtäisi juttua lehteen. Tällaisesta palvelusta on tullut myös toiveita käyttäjiltä. Erityisesti työssäkäyvät ovat kiitollisia, jos he saavat tietoa asioista, jotka vaikuttavat esimerkiksi heidän työmatkaansa. Käytännössä online-uutisoinnin valjastaminen liikennetiedottamiseksi vaatisi kuitenkin aikamoisia ponnistuksia.

3.3 MIKSI VERKKOJOURNALISMIA PITÄISI YLIPÄÄTÄÄN TEHDÄ?

Tällä hetkellä Verkkoliite ei juurikaan tuota rahaa, mutta miksi Helsingin Sanomilla sitten pitää olla Verkkoliite? Kysymys tuntuu yksinkertaiselta, mutta jos vastaukseksi ei saa antaa ”se vaan pitää olla”, muuttuu kysymys yllättävän vaikeaksi. Vastausta ei ole löytänyt myöskään toimituspäällikkö Pietinen (2003), vaikka hän kyllä myöntää pohtineensa asiaa. *Kun online-uutisia alun perin määriteltiin, oli yhtiön johto sitä*

mieltä, että pitää pystyä rakentamaan uutiskehä, jossa pitää olla omaa aineistoa sopivassa mitassa. Tämän tarkoitus oli herättää mielenkiinto Helsingin Sanomia kohtaan sellaisissa lukijaryhmissä, jotka eivät tilaa paperilehteä. Pietinen allekirjoittaa tavoitteen edelleen osittain. Nykyään hän kuitenkin pitää tärkeimpänä tavoitteena tarjonnassa olevien uutisten tarjoamista heti, koska sillä saavutetaan lukijoita. Toisarvoisena Pietinen sanoo pitävänsä sitä, poikivatko verkon Tuoreet paperiselle Hesarille lukijoita vai eivät. Pietinen perustelee ajatustaan kokonaislukijamäärän kasvattamisella, jossa olennaista ei ole enää pelkkä levikkiluku kuten tähän asti on ollut. Tärkeäksi on sen sijaan muodostunut se, että tavoitetaan sellaisia lukijoita, jotka eivät lue paperilehteä tai saavutetaan lukijat sellaiseen aikaan, kun heillä ei ole paperilehteä käytettävissä. Siksi online-uutiset ja lehden verkkoliite ovat nykyaikana välttämätön osa lehteä. (Pietinen 2003.)

Lisäarvoa uskotaan siis olevan, mutta ongelma on se, ettei talolla ole selkeää kuvaa tavoitteista. Tärkeintä olisikin saada aikaan konsensus toimituksen johdon tavoitteiden ja Verkkoliitteen voimavarojen osalta. Linjauksia kaivataan myös siksi, että ohjeilla on taipumus vaihtua suhdanteiden ja käytänteiden mukaan. Joidenkin vastaajien mielestä on järkevää, ettei yleisiä ohjeita ole annettu, koska uutispäivät vaihtuvat ja myös vuodenaika vaikuttaa, mihin uutisrima nousee. Toisten mielestä ongelma on, että alkuperäinen tavoite on hämärtnyt. *Se, että Verkkoliite toimisi kiinnostuksen herättäjänä paperilehteä kohtaan, ei toimi, vaan Verkkoliitteessä puretaan aika usein paperilehden sisältö, vaikka teoriassa yritetään houkuttaa paperilehteen lukijoita. (H5.)* Muutaman vastaajan mielestä aktiiviset Helsingin Sanomien omat toimittajat, jotka seuraavat onlinea, ymmärtävät verkon lisäarvon paremmin kuin satunnaiset kävijät. *Jos joku aktiivisesti seuraa, niin sitten meidän online-toiminnan arvostus muiden toimittajien silmissä nousee. Ja tietysti voi tuntea pientä ylpeyttä, jos itsellä on joskus miniskuuppi 15 minuuttia. (H11.)*

Lukevatko Helsingin Sanomien toimittajat sitten omaa uutispalveluaan? Kysymys nousee esiin verkkoliiteläisten puheista, joiden mukaan jotkut esimiehet ovat sanoneet, ettei online-uutisia kukaan lue – ei ainakaan viikonloppuisin. Verkkoliitteen esimiehen mukaan verkkoa lukevien toimittajien joukko on kuitenkin kasvava. *Tiedän, että on toimittajia, jotka lukee uutisia mielenkiinnosta aivan jatkuvasti, mutta varmasti täältä löytyy toimittajia, jotka eivät koskaan käy siellä. Loput on sitten siltä väliltä. (Tyysteri 2003.)* Tätä tutkimusta varten haastateltujen joukosta löytyy tasai-

sesti sekä että. Esimiehistä muutama toteaa, ettei käy sivuilla – vaikka ehkä pitäisi. Toiset esimiehistä ovat puolestaan palvelun suurkuluttajia: he lukevat uutiset aamulla, työstä kotiin palattua ja illalla ennen nukkumaanmenoa.

Paperilehden toimittajista suurin osa ei lue online-uutisia. Syyt ovat moninaiset. Yleisin syy seuraamattomuuteen on se, ettei itsellä ole ollut mitään tekemistä onlinein kanssa. Näille vastaajille taustatieto tulee sanomalehdistä ja muut uutiset katsotaan STT:stä. Yksi kantalehden toimittaja tosin sanoo, ettei Verkkoliitteen online-uutisten valikoima ole riittävän iso. Toisaalta saman toimittajan mielestä Hesarin verkkosivut sijoittuvat ulkomaisiin verrattuna hyvin. *Hesari on monessa suhteessa esimerkiksi ruotsalaisia online-uutisia parempi. Ainoa parempi on oikeastaan mun mielestä Aftonbladet, joka on selkeästi satsannut alusta pitäen.* (H13.) Aftonbladetin ylivoimaisuutta korostaa moni ja syykin on selvä – lehden verkkotoimitukseen kuuluu kymmeniä toimittajia, ja sen verkkofilosofia poikkeaa muista: kaikki uutiset, myös skuupit, laitetaan saman tien julki.

Paperilehden toimittajalla herää kiinnostus online-uutisia kohtaan, jos hänen oma juttunsa odottaa julkaisuaan. Toinen kiinnostuksen herättäjä on yleinen uteliaisuus; jos sivuilla olisi jotain sellaista mitä STT:llä ei ole, ja josta itse ei muuten tietäisi mitään. Yhden toimittajan mielestä kiinnostavaa on päivän mittaan seurata, mitkä STT:n uutiset julkaistaan Hesarin Tuoreissa, ja miettiä olisiko itse päätyneet samoihin valintoihin.

Haastateltujen Verkkoliitteeseen suhtautumiseen vaikuttaa myös heidän yleinen internet-käyttäytymisensä. Muutama vanhempi toimittaja ei koe internetiä mitenkään erityiseksi työvälineeksi, vaan tiedot hankitaan edelleen perinteisin keinoin puhelimitse. Näiden vastaajien kotoa ei myöskään löydy nettiyhteyttä.

Lukutottumuksista huolimatta kukaan vastaajista ei olisi valmis luopumaan online-uutista, koska verkkouutiset ovat välttämättömyys: *Hesari vielä tulisi toimeen ilman, mutta kyllä fiksulla lehdellä pitää olla verkkosivut* (H7). *Hesari olisi jonkun asteen heikompi ilman* (H3). *Tuntuisi aika museaaliselta, jos sitä ei olisi* (H8). *Vaikka sieltä ei fyrkkaa tule, niin kyllä se osaltaan tekee tunnetuksi tätä meidän tuotetta ja houkuttelee ihmisiä paperilehden pariin* (H9). *Ne vain täytyy olla ihan noin*

imago-syistä (H13). Mä olen tavallaan ylpeä siitä, että olen töissä lehdessä, joka on ajan tasalla (H15).

Kantalehteläisten mielestä on viisas päätös, että verkkouutiset on aloitettu, mutta kehittämisaskelten olisi tulevaisuudessa oltava pieniä. *Mä olen tavallaan, että all for it, mutta toisaalta kukaan ei tiedä, onko tästä pitkässä juoksussa mitään taloudellista hyötyä (H15).* Osa vastaajista sanoo olleensa varma, että Verkkoliite kuolee supistusten myötä. *Mutta siinä onkin valtava tsemppi koko ajan. Kun on keskitytty olemaiseen, niin mun mielestä se laatu on pikemminkin parantunut kuin huonontunut. (H15.)* Ilman Verkkoliitettä oleminen merkitsisi kantalehteläisten mielestä HS:lle merkittävää riskinottoa tulevaisuuden suhteen. Näin ei oltaisi mukana ainakin näennäisesti ansaintamahdollisuuksia tarjoavassa mediassa, jossa on myös uudenlaisen viestinnän mahdollisuus.

Online-uutisten suurin lisäarvo näyttää vastausten perusteella olevan uusien lukijoiden saaminen. Omasta mielestäni verkkojulkaisun suurin lisäarvo on se, että sanomalehdellä on verkkopalvelun avulla mahdollisuus laittaa kamppoihin sähköisille viestimille. Samaa mieltä on myös eräs kantalehden toimittaja, joka innostui haastattelussa muistelevaan nuoruuden toimittaja-aikojä, jolloin hän oli kollegoineen pohtinut sähköisten viestinten ylivoimaisuutta. *Kun sä pöliset radioon jutun, se on siellä heti, mutta meillä se on vasta seuraavana aamuna lehdessä. Online-uutiset on nyt yksi keino panna vähän hanttiin. Sitä mä en osaa sanoa, kuinka se pärjää sähköisten kanssa uutiskilpailussa, mutta kyllä mä sen tiedän, että nämä sähköiset seuraa onlinea tarkkaan ja käyttää niitä itse, jos lähetyksiä on vielä jäljellä. (H16.)*

4 ENSIMMÄINEN LÄHESTYMISTAPA: ORGANISATORINEN NÄKÖKULMA

Tässä luvussa tarkastelen Helsingin Sanomien Verkkoliitteen ja kantalehden suhdetta organisatorisesta näkökulmasta. Pääkysymyksiä ovat, millainen toimitus on organisaationa ja millainen on Verkkoliitteen organisaatio? Tarkastelen myös, millainen on Verkkoliitteen asema HS:n organisaatiossa ja mitä Verkkoliitteestä on organisaatiossa tiedotettu? Lopuksi mietin, millainen organisaation pitäisi olla, jotta se olisi ihanteellinen online- uutisten kannalta? Tekstissä vuorottelevat jälleen omat kuvailuni ja haastateltujen kertomukset.

Tämä organisaatiota koskeva tutkimusosuus pohjaa viestintätekniikan murrokseen. Murroksen myötä on olennaista miettiä, mitä työorganisaatioiden tasolla tapahtuu, kun tekniikka lisääntyy, ja miten noita tekniikan tarjoamia mahdollisuuksia käytetään hyväksi? Uskaltaudun tekemään tämän luvun mittaisen silmäyksen verkkotoimituksen organisointiin, vaikka aihealue tuntuu itselleni vieraalta. Lähestymiseni ei siksi olekaan suoranaisesti organisaatioiden tutkimuksiin perustuva.

Tutkijoiden mukaan journalistisen työn tutkimiselle olisi tarvetta enemmän kuin nykyisin tehdään. Merja Helle (2002, 81) esimerkiksi ehdottaa, että journalistisen työn tutkimus voisi selvittää sitä, mikä on mediaorganisaation eri osien sekä yksilöiden mahdollisuus vaikuttaa oman työnsä sisältöön ja sitä kautta journalismiin. Tutkijoiden päästäminen toimituksiin vaatii kuitenkin avoimuutta ja luottamusta sekä mediayrityksiltä että journalisteilta (Penttilä 2001, 6). Toisaalta yksi haastatelluistani ihmetteli kovasti sitä, miksi toimittajaksi opiskelevat tekevät nykyään niin paljon tutkimuksia toimitusten organisaatioista ja toimitusten sisältä. Hän arveli syyn olevan siinä, että yliopiston ja toimitusten toivotaan lähestyvän samalla tavalla kuin esimerkiksi yritysmaailmassa.

4.1 TOIMITUS ORGANISAATIONA

Web-Fakta-tietosanakirja (2004) määrittelee organisaation tarkoittavan yhteen kuuluvien osien järjestämistä toimivaksi kokonaisuudeksi, jossa ihmiset voivat toi-

mia *yhteisen päämäärän* toteuttamiseksi (ks. myös esim. Aula 1999, 15). Organisaation perusominaisuuksiin kuuluu muun muassa sen jäsenten yhteistoiminta sekä hierarkia, jossa jäsenillä on erilaiset asemat. Organisaation tehokkuuden keskeisiä ongelmia on tehtävien keskittäminen ja jakaminen. (Web-Fakta 2004.) Tässä tutkimuksessa kuvaan näiden ongelmien ilmenemistä käytännössä haastateltavien kertoman perusteella.

Organisaatio rakentuu viestintäsuhteista, viestinnän sisällöistä sekä viestinnän järjestelmistä ja resursseista (Aula 1999, 21–22). Organisaation rakenne vaikuttaa erityisesti työnjakoon ja rakenteellisesti organisaatiot voidaan karkeasti jakaa kahteen: *horisontaaliseen* ja *vertikaaliseen*. Horisontaalisella työnjaolla ymmärretään työtehtävien osittamista rinnakkaisiksi tehtäviksi. Vertikaalisessa työnjaossa tehtävät on jaettu koordinointi-, ohjaus- ja johtotehtäviin, jotka on puolestaan jaettu organisaatiohierarkiaksi eritasoisille henkilöille kuten esimerkiksi päälliköille. (Rissanen, Sääski, Vornanen 1996, 22–33.) Tiedotusvälineiden maailmassa toimitukset ovat perinteisesti olleet vertikaalisia, mutta erityisesti verkkojournalismia pyritään toteuttamaan myös horisontaalisen työnajon perusteella.

Toimitus määritellään Mediasanastossa journalistien muodostamaksi työyhteisöksi ja viestintäyrityksen *osaorganisaatioksi*, jonka tehtävänä on journalistisen aineiston tuottaminen (Kuutti & Puro 1998, 174–175). Toimitusten sanotaan usein olevan jontekin erityisiä verrattuna muihin organisaatioihin. Erityisyyttä perustellaan sillä, että toimitukset sijaitsevat toisen organisaation, lehtiorganisaation sisällä, joka määrää [ainakin] toimitusorganisaation taloudelliset puitteet. Erityisyyttä perustellaan myös sillä, että työtä tehdään usein oloissa, joissa aamulla ei vielä tiedetä mitä päivän aikana tulee tapahtumaan. (Penttilä 2001, 22, 25).

Toimituksia kutsutaan myös *asiantuntijaorganisaatioiksi*. Nimike on syntynyt uuden teknologian tuomien tehtävien ja erityisen asiantuntemuksen myötä. Tyypillisiä asiantuntijaorganisaation ominaisuuksia ovat koulutukseen ja kokemukseen perustuva asiantuntemus sekä mahdollisuus päättää varsin pitkälle omista töistään. Asiantuntijaorganisaatioon kuuluu myös sitoutuminen omaan ammattiin ja työhön sekä samaistuminen työtehtäviin ja ammatillisiin normeihin enemmän kuin muodolliseen organisaatioon. Asiantuntijaorganisaatiossa johtoasema hyväksytään osaamisen pe-

rusteella ja ammatillisia arvoja korostetaan jopa enemmän kuin organisaation virallisia tavoitteita. (Ojala 1990, 25.)

Esko Keräsen (1984, 174) mielestä toimitustaloissa vaikuttaa vallitsevan yhtä aikaa kaksi erilaista organisaatiota. Hän kutsuu niitä *linjaorganisaatioksi* ja *epäviralliseksi organisaatioksi*. Linjaorganisaatiolla tarkoitetaan virallista järjestelmää, jossa ylin päätösvalta on päätoimittajalla, seuraavaksi eri esimiehillä osastojaon mukaan jne. Tätä nykyä suurimmat toimitukset ovatkin rakentuneet huikean korkeiksi linjaorganisaatioiksi. Päätoimittajan, toimitussihteerin ja toimittajan kolmiyhteys on saanut väliinsä artikkelitoimittajia, toimituspäälliköitä, uutispäälliköitä, osastopäälliköitä, erikoistoimittajia, kuvapäälliköitä, ulkoasupäälliköitä, aluetoimituspäälliköitä, suunnittelupäälliköitä jne. Teknistä erityisosaamista vaativiin tehtäviin on lisäksi palkattu omat asiantuntijansa kuten graafikot, verkkotoimittajat, kuvatoimittajat ja ulkoasutoimittajat. Pienemmissä lehdissä on usein päädytty oman väen kouluttamiseen moniosajiksi. (Ojala 1990, 25.)

Epävirallisella organisaatiolla tarkoitetaan ihmisten kanssakäymissuhteita, sosiaalisia ryhmiä ja käyttäytymismalleja, jotka kehittyvät organisaation sisällä ja vaikuttavat oleellisesti siihen, miten hyvin organisaatio kykenee toteuttamaan virallisia tavoitteitaan (Kasvio 1990, 11). Epävirallisen organisaation vaikutus on yksi tärkeimmistä työpaikan ilmapiiriin ja motivaatioon vaikuttavista asioista (Penttilä 2001, 28). Toimittaja sosiaalistuu toimituksen tiettyihin arvoihin ja käytäntöihin, vaikka kukaan ei niitä kertoisikaan. Rentola (1999, 59) huomauttaakin, että syytä olisi kysyä, ohjaavatko talon vallitsevat arvot käytännön työtä toivottuun suuntaan? Ainakin periaatteessa rutinoituneiden käytäntöjen pitäisi tähdätä toimituksen linjan toteuttamiseen.

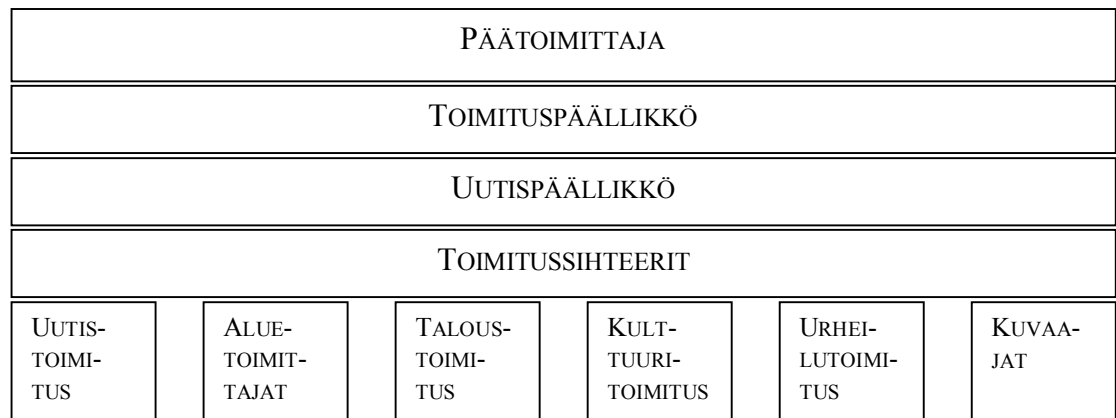
Toimitus on myös liiketaloudellinen yksikkö. Jos journalistiset käytännöt ovatkin hitaita muuttumaan, samaa ei voida sanoa toimitukseen kohdistuvista bisnespaineista, joiden myötä lehtitalot ovat muuntuneet monimediataloiksi. (Heinonen 1999a, 5, 8.) Mutta, vaikka välillä tehdään radikaaleilta tuntuvia muutoksia toimitusorganisaatioissa, ei perustehtävä, uutisten välittäminen, ole hävinnyt mihinkään. Näin historiallisella toimitusten työjaolla on edelleen vahvat perinteensä ja päätoimittajan ja erilaisten toimittajien ja muun toimituksellisen henkilöstön tarve tulee varmasti säilymään.

4.2 HELSINGIN SANOMAT JA VERKKOLIITE ORGANISAATIONA

Verkkoliite ponnistaa organisaationa vahvasta uutislehdestä. Helsingin Sanomat on valtakunnallinen uutisväline, jota sekä yleisö että muut joukkoviestimet pitänevät pääsääntöisesti luotettavana ja laadukkaana viestimenä. Helsingin Sanomien linjassa sitoutumattomuus on olennainen peruspilari, jolle pohjan antaa vahva taloudellinen asema. *Taloudellinen sidonnaisuus ulkopuolisiin rahoittajiin voisi johtaa henkiseen riippuvuuteen, joka uhkasi laadukasta journalismia*, lehden päätoimittaja Janne Virkkunen kirjoitti syksyllä 2003.

Helsingin Sanomat on niin suuri lehtitalo, että sen toimitusorganisaatio on rakentunut hierarkialtaan hieman perinteistä jakoa laajemmaksi. Perinteisen hierarkian voi katsoa olevan sellainen, että on yksi päätoimittaja, jonka alaisuudessa toimii toimituspäällikkö, jonka alaisuudessa on uutispäällikkö, jonka alaisuudessa ovat toimitussihteerit ja joiden alaisuudessa toimitukset (esimerkiksi uutistoimitus, aluetoimitukset, talustoimitus, kulttuuritoimitus, urheilutoimitus, kuvaajat) työskentelevät. (Penttilä 2001, 23.) Seuraava kaavio on yksinkertaistava.

KUVIO 1: Perinteinen toimituksen organisaatorakenne (Penttilä 2001, 23).



Helsingin Sanomia johtaa kustantaja, jonka alaisuudessa toimii vastaava päätoimittaja. Muita päätoimittajia on kaksi, joista toinen vastaa uutisista ja toinen viikonlopputoimituksesta. Toimituspäälliköitä on kolme, joista kaksi vastaa uutisista ja yksi kehityksestä. Johtoportaan alaisuudessa toimivat toimituksen osastot, joilla on kaikilla oma kustannuspaikkansa [esimerkiksi palkka-asiat hallinnoidaan tätä kautta] ja esimies. Useimmilla toimituksilla on myös uutispäällikkö, jonka alaisuudessa toimivat toimittajat. Lisäksi lehdellä on erikoistoimittajia, kuten artikkelitoimittajia ja

pääkirjoitustoimittajia. Kuvaosastolla on niin ikään oma johtonsa kuten myös grafiikalla. Aluetoimittajia lehdellä on kuudessa kaupungissa ja ulkomaankirjeenvaihtajia kahdeksassa maassa. Seuraava kuvio on yksinkertaistava.

KUVIO 2: Helsingin Sanomien organisaatio.

| | | |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| KUSTANTAJA | | |
| VASTAAVA PÄÄTOIMITTAJA | | |
| PÄÄTOIMITTAJA | | PÄÄTOIMITTAJA |
| TOIMITUSPÄÄLLIKKÖ | TOIMITUSPÄÄLLIKKÖ | TOIMITUSPÄÄLLIKKÖ |
| UUTISOSASTOT JA LIITTEET | | |
| OSASTON ESIMIES | | |
| OSASTON UUTISPÄÄLLIKKÖ | | |
| TOIMITTAJAT | | |

Lehden kolme liitettä – Kuukausiliite, Nyt-liite ja Verkkoliite – on järjestetty samalla lailla kuin toimituksen osastot. Näin myös Verkkoliitteellä on niin esimies kuin uutispäällikkö. Uutispäällikön tehtävä organisoitiin tosin vasta syksyllä 2003, joten se on vielä hyvin uusi. Aikaisemmin uutispäällikön vastuu oli jaettu useille henkilöille, mutta ainakin uutispäällikkö Susanna Pasula itse kokee uuden tehtävänsä tarpeelliseksi. *Kyllä musta aika useasti tuntuu, että tekniset asiat seisoo, kun olen poissa. Ja toisaalta mä en voi Tomia [esimiestä] tuurata ihan täysin. Kyllä kaksi ihmistä näitä tarvitaan tekemään.* (Pasula 2003.) Uutispäällikön työhön kuuluu sekä tekninen vastuu ja sisällön kommentointi että erityispakettien tuottaminen.

Verkkoliite on siis organisoitu muiden toimitusten lailla. Hierarkia näkyy kuitenkin vain kaavioissa, ei käytännön työssä, sillä Verkkoliite on verraten itsenäinen toimitus, jossa toimittajat vastaavat itse omasta työstään ja päätöksistään. Verkkoliite on kuitenkin muihin toimituksiin verrattuna yksi pienimmistä ja ehdottomasti uusin, joten sillä ei ole vielä arvovaltaista ja yleisesti tunnustettua asemaa. Tunnustuksen saamista ei ole helpottanut se, että nykyisen organisoinnin taustalla kummittelee vanha Verkkoliite, jossa oli ollut useampi esimies sekä kymmeniä toimittajia ja teknistä väkeä. Supistusten myötä toimittajien työsuhteita ei jatkettu ja esimiehet

joutuivat väistymään – joko rivitoimittajiksi tai sitten kokonaan pois (Pietinen 2003). Tilanne oli raskas toimitukseen jääneille, koska he eivät tieneet, mitä tulevaisuus toisi tullessaan ja millaiseksi Verkkoliite muotoutuisi. *Väkeä on koko ajan vähennetty ja työtä kiristetty. Meistä on tullut kovaa uutista tekevä porukka, siitä alun porukasta, jossa mietittiin kaikkea kivaa*, sanoo eräs Verkkoliitteen toimittaja (H4) nyt.

Seuraavassa käyn läpi verkkoliiteläisten ajatuksia osastonsa organisaatiosta, ja sen toimivuudesta. Pääasiassa verkkoliiteläiset ovat ihan tyytyväisiä osastonsa organisaatioon, mutta yhteisöllisyyttä kaivattaisiin lisää. *Me ollaan hirveän paljon yksin töissä ja aina eri aikaan. Totuushan on se, että sä saatat olla kaksi viikkoa töissä, etkä sä näe ketään, kun olet aina yövuoroissa tai vapaalla tai aikaisessa aamussa. Se on sellaista yksinäisen ihmisen puuhaa.* (H4.) Vähäisistä kontakteista huolimatta haastatellut kiittelevät hyvää työyhteisöä, jossa kaikkien kanssa tullaan toimeen.

Verkkoliiteläiset toivoisivat organisaatioonsa hieman lisäresursseja, jotta online voisi todella kilpailla nopeudessa ja laadussa myös erikoisalueilla kuten urheilussa ja taloudessa. Jos palvelusta haluttaisiin ympärivuorokautinen, tarvittaisiin myös silloin lisää toimittajia. *Kävijämääristä pystyy kuitenkin kattomaan, että yön tunnit on hiljaisia. Tämä aiheuttaa tietysti sen, että paineet on aamuvuoron ihmisillä kun koko yön tapahtumat täytyy käydä läpi. Mikä hyöty toisaalta olisi siitä, että yön aikana saisi muutaman jutun jostain Lähi-idästä?* (Tyysteri 2003.) Nykyisten järjestelyjen mukaan töitä tehdään verkossa yöllä, jos on jotain isoa tapahtumassa, kuten oli Irakin sodan aikana keväällä 2003. Osastolla ei kuitenkaan haluta valittaa, koska Helsingin Sanomien verkkotoimitus on jo nyt Suomen mittakaavassa suuri. Varsinkin kun nykyisellä toimittajamäärällä saadaan työvuorolistat täyteen. Nuorimpana toimittuksena onkin vaikea valittaa talon johdolle, varsinkin kun kaksi vuotta sitten verkon uutispalvelulle mitoitettussa väkimäärässä on johdon mukaan pysyttävä. Lisäresursseja pyydetessä ei auta myöskään se, että muita toimituksia on jouduttu supistamaan. *Mutta se on taottu tuolle yhtiön johdolle, että jos verkosta otetaan yksikin ihminen vielä pois, niin osasto ei toimi enää* (Pietinen 2003).

Organisaation työvuorojärjestelyt herättävät verkkoliiteläisissä ristiriitaisia ajatuksia. Verkkoliitteessä tehdään töitä arkisin pääasiassa neljässä yhdeksän tunnin vuorossa: Ensimmäisiin vuoroihin kello 7–16 tulee kaksi toimittajaa. Seuraavan toimittajan vuoro sijoittuu ajalle 13–22 ja viimeinen vuorolainen aloittaa yhdeksän tunnin vuo-

ronsa kello 16.30. Viikonlopun vuoroissa verkkotoimittaja joutuu olemaan yksin miltei koko ajan, koska työtä tehdään vain kahdessa vuorossa – kello 8–17 ja 16.30–1.30. *Meille on sanottu, ettei siellä tarvita ihmisiä, mikä osoittaa vaan lehden asennetta meihin. Siis lehden esimiehet sanoo meille, ettei juttuja viikonloppuna kukaan lue. Mä en ikinä kehtaisi sanoa omalle toimittajaporukalle, että se on ihan sama mitä teette: ei teitä kukaan lue. Se vie motivaatiota ihmisiltä.* (H4.)

Myöskään se järjestely, että verkkotyötä tekee arkisin osan päivää (kello 13–16) kolme ihmistä ei saa kiitosta. *Kun on kolme ihmistä, se on aikamoista sekasortoa. Varsinkin, kun osa ihmisistä ei kysele, miten on päivä mennyt, vaan tulee vain mukaan. Olisi tärkeätä, että tulija pyytäisi jonkin päivityksen, mitä on tehty ja mitä on tulossa. Varsinkin jos on juttuja, jotka vaatii jatkotoimenpiteitä. Hyvä esimerkki oli Tony Halme –hässäkkä. Hirveästi pakerrettiin juttuja koko päivä ja vältettiin STT:tä kuin ruttoa ja sitten tuli iltatoimittaja ja iski STT:n jutun meidän juttujen päälle.* (H1.) Selvityksen antaminen uutistilanteesta ja verkkoon tehdyistä jutuista on kyllä kirjattu työohjeisiin, mutta se tuntuu silti unohtuvan. Joitakin verkkoliiteläisiä unohtaminen kismittää. Osin välinpitämättömydestä syytetään organisaatiota ja esimiesten toivotaan puuttuvan linjauksiin. Mutta työvuoroista löytyy myös myönteistä sanottavaa. Erityisesti vuoron pituus [yhdeksän tuntia] miellyttää. *Nämä työvuorot on parhaat, joissa olen koskaan ollut. Tehdään nelipäiväistä työviikkoa. Mä olen aina ajatellut, että mulle sopisi sellainen kolmena päivänä 12 tuntia, niin tällainen neljänä päivänä 9 tuntia on aika lähellä sitä. Kyllä se vaikuttaa viihtymiseen.* (H7.)

Online-vuorojen lisäksi verkkoliiteläiset tekevät arkisin yhtä niin sanottua päivävuoroa kello 9–18, jolloin he voivat kirjoittaa lehden muille osastoille juttuja tai tehdä jotain muuta hyödyllistä talon hyväksi. Verkkoliiteläiset pitävät päivävuoroja erittäin tarpeellisina. *Eihän toimittajantyö saa olla sellaista, että koko ajan pitää tehokkaasti tehdä. Toimittajan pitää pystyä myös ajattelemaan, lukemaan, seuraamaan asioita, siivoamaan työpöytänsä. Sitä mahdollisuutta meille ei anneta yleensä ollenkaan, paitsi näissä päivävuoroissa. Sellainen täytyy suoda ihmiselle.* (H4.)

4.3 ONLINEN VAIKEA ASEMA

Edellisessä luvussa kävin läpi, millainen Verkkoliite on organisaationa. Totesin Verkkoliitteen olevan pieni verrattuna muuhun lehteen, eikä sillä ole vielä niin arvovaltaista ja tunnustettua asemaa kuin Helsingin Sanomien muilla osastoilla. Niinpä online-uutistoimituksessa joudutaan etsimään ja määrittelemään uudelleen osaston oman kulttuurin ja muun toimituskulttuurin välistä tasapainoa. Viime vuosina tutkijat ovat tosin arvioineet, että tämä tasapaino olisi muuttumassa myös perinteisen median puolella. Tässä luvussa tarkastelen, millainen tilanne on Helsingin Sanomissa, ja mitä aseman korjaamiselle olisi kenties mahdollista tehdä.

4.3.1 Verkkoliitteen asema Helsingin Sanomissa

Helsingin Sanomien Verkkoliite on talonsa nuorin toimitus, ja se joutuu yhä puolustamaan olemassaoloaan. *Toisten mielestä se on vain pelkkä rasite. Toiset ovat sitä mieltä, että se on arvokas osa Helsingin Sanomia ja on kunnia-asia toimittaa sitä.* (Pietinen 2003.) Näin toteaa toimituspäällikkö, jonka vastauksesta on aistittavissa myönteinen suhtautuminen onlineen. Myönteisyyden ymmärtää, sillä Pietisellä on toimituksen tausta tiedossa ja hän on muutenkin ollut mukana verkkotoimintojen kehittämisessä. Mutta mitä sanovat muut hesarilaiset?

Vastaajien mielipiteet Verkkoliitteen asemasta vaihtelevat täysin. Joidenkin silmissä Verkkoliite koetaan omaa työtä raskauttavana. Joillekin kantalehden toimittajille on puolestaan muodostunut suorastaan intohimoksi saada ilmoille uutinen ensimmäisenä. *Tällaisen uutislehtenä toimivan lehden ydin on olla sitä samaa myös verkossa* (H5). Toisten mielestä Verkkoliitteen tämän hetkinen asema on isompi kuin koskaan aiemmin. Ja toisten mielestä Verkkoliitteen asema ei ole tällä hetkellä kovin korostunut. *Kyllähän heillä on edelleen jonkinlainen asema, mutta ei niin iso kuin voisi. Ehkä siellä voisi satsata enemmän [verkon] omaan uutishankintaan.* (H8.) Joidenkin kantalehden toimittajien mielestä on vain hyvä, että tilanne on rauhoittunut. *Ei se enää innosta, kun ei kai se semmoinen viisasten kivi ole ollut kuin mitä aluksi luultiin* (H16).

Kantalehden toimittajien vastausten perusteella Verkkoliitteen asema on [joulu-kuussa 2003] ihan hyvä, mutta verkkoliiteläisistä itsestään tuntuu, ettei heidän

asemansa ole keskimääräisesti erityisen arvostettu. *Näin kerran sellaisen paperin, johon oli kirjoitettu, miten meidän kanssa pitää elää. Kaikki siinä A4:ssa oli sitä, miten pitää välttää, etteivät jutut tule meille. Lopussa oli kuitenkin yksi kappale, jossa sanottiin onlinen olevan tuote, joka tukee kantalehteä. Tuli vähän sellainen olo, ettei se paperi auttanut näkemään onlinen asemaa positiivisena talon sisällä.* (H10.) Vastaaja haluaa kuitenkin huomauttaa, että Verkkoliitteen asemasta puhuttaessa tulee helposti vain purnattua. Yleisesti vastaajasta tuntuu, että oma asema on *melkein* kuin millä tahansa muulla osastolla. *Mutta kyllähän siinä aina vähän on semmoinen asetelma, että paperilehti on se tärkein. Sen jälkeen tulee Kuukausiliite ja Nyt-liite, jotka tukee sitä, ja sen jälkeen tulee online.* (H10.) Kiintoisaa on, että verkkoliiteläiset haluavat useimmiten vastatessaan korostaa, etteivät asiat ole niin kielteisiä kuin he juuri ovat sanoneet.

Verkkoliiteläisten mielestä toimituksen johdon tasolta ei ole riittävästi korostettu kattavan verkon uutispalvelun olevan kaikkien hyöty. *Se on sellainen erillishanke edelleen. Pitäisi työskennellä yhdessä sen eteen, että siitä tulisi parempi.* (H1.) *Esimiesten on pakko puhua meidän puolesta, että Helsingin Sanomat on verkossa eikä se sieltä pois lähde* (H4). Pomoportaan siunaukseen on alettu uskoa sen jälkeen, kun Verkkoliite sai maksullisen aamun lehden ja maksullisen arkiston. *Ainakin hetkeksi ansaintalogiikka on oikean suuntainen oikein isojen pomojen silmissä. Ei varmaan tule takaisin kaikki raha mitä menee, mutta tulee kuitenkin vähän.* (H10.) Nyt on siis ymmärretty, että verkkosivujen kustannukset voivat olla jopa pysyvästi korkeampia kuin sieltä saatavat tulot. Siksi kaikki eivät jaksaa murehtia omaa asemaansa. *Tavallaan itse tajuaa, että tämä talo ei voi olla ilman online-toimitusta. Siksi ei kannata ruveta murehtimaan, mikä se asema on. Kyllähän meitä pidetään tärkeänä ja tulevaisuudessa yhä tärkeämpänä.* (H10.)

Verkkoliitteen asema on kuitenkin tällä hetkellä hieman heikko. Asema tuskin tulee parantumaan, jos sen eteen ei tehdä suunnitelmallisesti töitä. *Ongelma on, että meillä itselläänkään ei ole tarpeeksi näkemystä siitä mikä sen [Verkkoliitteen] tehtävä olisi, ja mikä sen asema täällä organisaatiossa on* (Pietinen 2003). Kiinnostavaa on, että linjauksen puutteesta puhutaan koko ajan. Kaikki kaipaavat sitä, mutta mitään ei oikeastaan ole tehty. Tilanne tuntuu hieman oudolta. Varsinkin kun online-uutiset ovat koko ajan avoinna yleisölle, ja ne muokkaavat koko ajan väkisinkin Helsingin Sanomien kokonaiskuvaa. *Se on hämmentävää, ja se taas todistaa kuinka ammattitai-*

toisia ja itseohjautuvia toimittajia tämä talo on täynnä (Pietinen 2003). Toimituspäällikön äänessä on ironiaa. Ironiaa on myös erään haastatellun kertomuksessa, jonka mukaan hän törmäsi vielä syksyllä 2003 kantalehden toimittajaan, joka ei tiennyt, että online-uutisia on enemmän kuin ne viisi, jotka näkyvät Hesarin kotisivulla. *Olihan se hauskaa, mutta myös masentavaa. Ei ne ihmiset ole uutisista erityisen kiinnostuneita, kyllä ne olisi ne löytänyt.* (H18.)

Online on siis osa lehteä, mutta ihmeellistä on, ettei onlinesta ole tullut osa kantalehden rutiinia ja arkipäivää. Ei, vaikka talossa korostetaan omien uutisten tärkeyttä ja moni sanoo, että ilman onlinea Helsingin Sanomat ei olisi kokonainen lehti. Heikkoa asemaa perustellaan vanhanaikaisella toimituskulttuurilla, jonka mukaan oma journalistinen teos halutaan tehdä ensin huolella loppuun ennen kuin muut saavat siihen koskea. Toiset esimiehet ovat puolestaan sysänneet vastuun talon johdolle, jonka taholta ei heidän mielestään ole tarpeeksi korostettu online tärkeyttä. Myöskään päivittäisissä koko toimituksen sähköpostipalautteissa ei yleensä mainita online-toimintaa. *Onlinen painottaminen on vähentynyt, se oli pari vuotta sitten enemmän tapetilla* (H17). Osana asenneongelmaa ja vastentahtoisuutta nähdään myös vanhan Verkkoliitteen vuodet, joille ominaista oli liiallinen rahallinen panostus yhteen osastoon. *Sinne palkattiin niin kutsuttuja propellipäitä ja hypeä tuli ihan liikaa* (H9).

4.3.2 Työkiertoko parantamaan asemaa?

Miten Verkkoliitteen asemaa voisi sitten parantaa? Mielestäni yksi vaihtoehto voisi olla työkierto, jossa talon omia vakinaisia toimittajia kierrätetään määräaikaaisina eri osastojen tehtävissä. Työkierto voisi kestää päivästä kuukausiin ja se koskisi käytännössä kaikkia. Näin siksi, että Helsingin Sanomissa vain harvat toimittajat ovat ”pelkkiä” toimittajia, vaan heillä on oma erikoisalueensa. Verkkoliitteen kanssa toimiminen ei kuitenkaan katso asemaa talossa, vaan sen toimittaminen kuuluu jokaisen työhön.

Esimerkiksi Talouselämä-lehdessä työkierto on opettanut ihmisille sen, ettei toinen työ toimituksessa ole toista helpompaa tai vaikeampaa. Samalla työkierto on korostanut toimittajan ammattitaitoa; tärkeintä on olla hyvä toimittaja. Se missä ryhmässä tai alueella toimittajan työtä tekee, on lopulta sivuseikka.

Kun vuoden, kahden tai poikkeustapauksessa kolmen vuoden jälkeen hyppää esimerkiksi sijoitus- ja pörssi-aiheista markkinoinnin ja merkkitarajuttujen maailmaan, joutuvat ennakkoluuloksi koville. Tai kun muutaman hektion uutistoimittajavuoden jälkeen pääset ”lepäämään” ja kirjoittamaan pitkiä juttuja, huomaat jo parin jutun jälkeen, että samat ilot ja surut toistuvat jutun pituudesta riippumatta. (Hammarsten, Korhonen, Ollikainen 1999, 92.)

Talouselämä-lehdessä työkierto on opettanut tuntemaan taloa ja työkaveria ja toisaalta kaverin tuskittelua. Kielteiseksi työkierto on koettu silloin, jos on joutunut osastolle, jossa ei viihdy tai jota ei tunne omaksi. Kokemus on kuitenkin osoittanut, että asioihin suhtautuminen on muuttunut, kunhan niihin on ensin päässyt sisälle. (Emt. 88–95.) Talouselämässä työkierrosta on tehty sisäänrakennettu menetelmä, josta kukaan ei pääse laistamaan. Helsingin Sanomissa työkiertoon osallistuminen on vapaaehtoista ja paikat jaetaan sen mukaan, miten taakse jäävä paikka pystytään korvaamaan. Helsingin Sanomissa työkiertoa kutsutaan minikierroksi, koska sen pituus vaihtelee kolmesta kuukaudesta puoleen vuoteen. Konsernin sisäisesti [esimerkiksi Neloselle tai Me Naisiin] kierto voi kestää vuoden.

Verkkoliitteen aseman parantamiseksi ja työn tunnettuuden lisäämiseksi olisi siis hyvä, jos muiden osastojen ihmiset menisivät verkkotoimitukseen minikiertoon. Mutta koska verkkotyötä ei tunneta, sitä ei koeta mielekkääksi. Työtä ei arvosteta, joten työhön ei myöskään hakeuduta, eikä sitä opita koskaan tuntemaan. Oravanpyörä on valmis. *Mä luulen, ettei sitä arvosteta, ihan oikeasti. Se nyt vaan on semmoista ja siellä ne istuu ja lappaa verkkoon uutista, jota kukaan ei lue.* (H4.) Verkkoliitettä vältetään myös siksi, että siellä ollessa oma nimi ei enää näy lehdessä. *Useimmilla meistä se työn suola on se, että saa käydä keikalla ja tehdä omia uutisia, sen sijaan, että istuisi deskissä vaan lapioimassa toisten tekemää materiaalia* (H9). Verkkoliitteestä ajaa pois myös sen miltei ympärivuorokautinen työ, joka ei monelta toimittajalta juuri tämän hetkessä elämäntilanteessa onnistuisi. Myös tekniikkaa vierastetaan. *Onlinesta ajatellaan usein, että siihen liittyy paljon uutta tekniikkaa, vaikka ei siinä varmaan ole mitään kummallisempaa. Ehkä se on alitajunnassa, että se on vaikeata.* (H14.)

Kantalehden toimittajien mielestä erityisesti arvostuksen puute estää hakeutumista Verkkoliitteeseen. Arvostusta ei ainakaan lisää se, että kantalehden ihmiset mieltävät verkkotyön uutistoimistotyöksi, joka on heidän mielestään toimittajien omassa hierarkiassa vähempiarvoista työtä kuin aamun lehteen kirjoittaminen. *Ihmiset mieltivät,*

että millainen signaali tähän liittyy. Ja ne signaalit kertovat, että Verkkoliitteen minikierto ei ole se urakiertoa edistävä tapa. (H5.) Mielestäni on suorastaan pelottavaa, että joillekin vastaajille urakehitys on niin tärkeää myös oman toimituksen sisällä, ettei voi irrottautua minikiertoon kolmeksi kuukaudeksi. Erityisen pelottavaksi tilanteen tekee se, että yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki haastatellut ovat talon vakituisia toimittajia. Mitä pelättävää heillä on? Varsinkaan, kun vastaajat eivät tiedä, millä tavalla online-työ voisi heidät yllättäen palkita. Kehitysuunta tuntuu hälyttävältä, sillä erityisesti isoissa lehtitaloissa työpaikan kilpailuilmapiirin on koettu aiheuttavan enemmän stressiä kuin esimerkiksi virheiden tai epäonnistumisen pelko. (Leppänen & Tuomivaara 2002, 210, 215–216.)

Muutama rohkea on kuitenkin lähtenyt minikiertoon Verkkoliitteeseen – sen kummemmin uraansa ajattelematta. *Itselleni kynnyks oli aika matala, koska sieltä pääsee kuitenkin pois* (H7). Myös tämä vastaaja muistuttaa, että paikka ei sovi himokirjoittajalle, vaan tulijan on pidettävä jossain määrin tekstien käsittelystä, jotta online-työssä voisi viihtyä. Tämä yhden minikiertolaisen lisäksi myös muutama muu kanta-lehden toimittaja myöntää ajatelleensa työskentelyä Verkkoliitteessä. *Kyllä mä voisin työskennellä siellä, tai laajemminkin Verkkoliitteessä, mutta en pelkästään online-toimittajana* (H11). Mielikuva on väärä, koska Helsingin Sanomissa kukaan toimittaja ei ole pelkkä online-toimittaja.

Taustalla voi olla myös yleinen pelko toimittajien itsenäisyyden murentumisesta. Esimerkiksi Ari Heinonen (1999a, 7) on havainnut, että toimituksissa on alettu kantaa yhä enemmän bisnesvastuuta ja samalla liiketaloudelliset päämäärät ovat alkaneet syrjäyttää journalistisia periaatteita. Verkkotoimitusten tulon voidaan katsoa olevan osin syyllisiä journalististen periaatteiden syrjäyttämiseen, koska verkkotoimituksessa asioita ”kuuluu” tehdä pinnallisesti ja nopeasti – eli aivan päinvastoin kuin paperilehdessä.

4.3.3 Missä online-toimituksen pitäisi fyysisesti sijaita?

Toimitusympäristöllä on suuri vaikutus työn laatuun, työssä jaksamiseen ja viihtymiseen sekä myös työn tulokseen. Helsingin Sanomien kokoisen toimituksen järjestäminen ei ole ollut aivan itsestään selvää ja erityisesti onlinen paikka on jouduttu miettimään. Samaa mieltä on myös toimituspäällikkö Pietinen (2003):

Organisaation kannalta online-toimittajien fyysistä sijaintia pitäisi miettiä, miten se toimituksen maantieteessä pystyttäisiin paremmin organisoimaan, ettei se toimisi erikseen.

Helsingin Sanomissa istutaan tätä nykyä avotoimituksissa, kuten monessa muussakin talossa. Avotoimituksiin on yhä useammassa talossa päädytty, koska sen uskotaan edistävän tiimityötä, vähentävän eristäytymistä, lisäävän sisäistä vuorovaikutusta ja nopeuttavan tiedonkulkua työyhteisössä. Avotoimituksissa toteutuu väkisin myös sosiaalistamisen idea, kun ihmiset pakotetaan olemaan vuorovaikutuksessa keskenään. (Vehviläinen 1999.) Hesarissa ei olla aivan avoimia, vaan toimittajilla on omat paikkansa sermien takana ja esimiehet saavat työtilassaan jopa oven kiinni. Osastojen toimintaa ja materiaalin käsittelyä koordinoivat uutispöydät eli deskit toimivat yhdessä suuressa tilassa.

Kun Helsingin Sanomat muutti syksyllä 1999 uuteen Sanomataloon, Verkkoliitteen toimitus sijoitettiin kahdeksanteen kerrokseen, kulttuuritoimituksen ja Nyt-liitteen väliin. Samassa kerroksessa sijaitsee lisäksi urheilutoimitus. Online-työn kannalta paikka olisi auttamattoman syrjässä, joten online-deski sijoitettiin aikanaan seitsemänteen kerrokseen keskustoimitukseen – pääkallonpaikalle toimitussihteerien viereen. [Helsingin Sanomissa toimitussihteerit kokoavat lehden pääuutissivun.] Keskustoimituksen yhteydessä ovat myös kuva- ja grafiikkatoimitus ja seitsemännen kerroksen muita toimituksia ovat ulkomaat ja talous. Helsingin Sanomien käytössä on myös vielä Sanomatalon kuudes kerros, jossa toimivat kotimaan toimitus, kaupunki ja politiikka.

Keskustoimitukseen ollaan paikkana tyytyväisiä ja Verkkoliitteen toimittajat korostavat paikan yhteisöllisyyttä: ollaan paikassa, jossa on liikennettä, ja jonka kaikki toimittajat tietävät. *Se on tosi hyvä paikka, koska siinä se viimeinen vääntö tapahtuu. Siinä kuulee sellaisia asioita, joita kaikkien mielestä ei pitäisi edes kuulla ja sitä kautta pysyy ajan tasalla. Varsinkin iltaisin ja viikonloppuisin kun talo on muuten ihan tyhjä, olisi hassua olla jossain ihan pimennossa.* (H1.) *Se on tietysti eri asia häiritseekö se muita tai häiritsevätkö meitä – kauhea mekkala ympärillä ei pysty keskittymään.* (H4.) Myös kantalehden toimittajien mielestä keskustoimitus on paikkana optimaalinen. Talous- ja ulkomaantoimittajat pitävät erityisen hyvänä sitä, että online sijaitsee samassa kerroksessa heidän kanssaan. Läheisyyden ansiosta uutisten

hankinta ja antaminen sujuu helposti. *Jos se olisi jossain muualla niin mä uskoisin, että se jäisi harmaaksi alueeksi, kun ei siellä tulisi käytyä* (H13). Kynnys yhteistyöhön onkin isompi, jos toimittajille ei ole mahdollisuutta huudella toisilleen oman yli. *Nyt online-deskissä käyminen vaatii aina sen rappusten kiipeämisen* (H15).

Kerrokset ovat hesarilaisille uusi asia, joka vaikuttaa vastaajien mielestä edelleen kaikkeen kanssakäymiseen. *Kun me muutettiin tähän taloon, puhuttiin, että meillä on läpinäkyvä talo, jossa on uutisportaavat, jotka menevät seiskasta kuutoseen ja seiskasta kasiin ja kaikki ovat yhteistyössä keskenään. On käynyt just päinvastoin. Paljon vähemmän ollaan tekemisissä toistemme kanssa. Kerrokset toimii omillaan.* (H4.) Helsingin Sanomissa ei siis ole onnistuttu kerrosten ja avotoimituksen avulla sosiaalistamaan ihmisiä. *Hesarissa tai lehdessä yleensä tahtoo muodostua porukat ja sitten istutaan kuppilassakin samoissa pöydissä. Ei synny niin paljon vuorovaikutusta, mikä voisi olla terveellistä.* (H6.) Useiden mielestä online-työhön vaikuttaa kuitenkin enemmän se, mistä tuntee ihmisiä kuin se, mihin on portaita. *Pääsääntöisesti en tunne muiden toimitusten ihmisiä ollenkaan. Jotta se yhteistyö olisi luonnollista, olisi tärkeätä, että olisi ollut joku kontakti näihin ihmisiin aikaisemminkin,* kertoo eräs verkkotoimittaja (H1).

4.4 VERKKOLIITTE TUTUKSI MUILLE OSASTOILLE

Edellisissä luvuissa olen käynyt läpi Verkkoliitteen organisaatiota ja asemaa. Tämä luku on omistettu sille, mitä Verkkoliitteestä muualla talossa tiedetään. Perustelen luvun tarpeellisuutta sillä, että suuremmissa toimituksissa ongelmat [kantalehden ja Verkkoliitteen määrittelemätön suhde] liittyvät usein tiedonkulkuun. Kysynkin, millä tavalla Helsingin Sanomissa muutos – uuden tuleminen tiedotettiin? Ilmeisesti ei kovin hyvin, koska muutosvastarintaa on talossa ilmassa vielä monen vuoden jälkeen.

4.4.1 Mitä omasta verkkotoimituksesta ylipäätään tiedetään?

Haastatellut muistelevat, että Helsingin Sanomissa online-uutisten perustamisesta [vuonna 2000] kerrottiin koko talolle sähköpostitse. Osa kantalehden toimittajista muistaa, että asiasta olisi keskusteltu jossain määrin aamukokouksissa. Suurelle

osalle haastatelluista online-uutiset ovat kuitenkin vain tulleet, eikä niistä ole min-käänlaisia muistijälkiä.

Koska [vanha] Verkkoliite oli ollut olemassa jo vuodesta 1996, se oli periaatteessa kaikille tuttu. Silti joillekin Verkkoliite oli vielä online-uutisten perustamisen aikoihin abstrakti käsite. *Kai se johtuu tästä, että en kuulu sukupolveen kelle se on itsensä selvyys, vaan mun on täytynyt opetella kaikki nämä asiat. Mä olen aina ollut tällainen paperilehtimies.* (H16.) Vastaja lähestyy eläkeikää, mutta iän ei voi silti sanoa suoraan korreloivan haastateltujen kohdalla sitä, mitä [vanhasta] Verkkoliitteestä tiedettiin. Yhdellä paljon nettipalveluja käyttävällä esimiehellä oli pitkään epämääräinen käsitys, mikä Hesarin verkkoidea oikein oli. Osa paperilehden haastatelluista ei omien sanojensa mukaan ole vielääkään päässyt oikein jyvälle verkkouutisten ideasta. Edes kaikilla onlineen töihin tulleista ei ollut käynnistämisvaiheessa mitään käsitystä siitä mitä [vanha] Verkkoliite oli tehnyt ja mitä tultaisiin tekemään. Osa käynnistysvaiheen muistaneista sijoittaa online-uutiset Sydneyn olympialaisiin. *Online-uutisethan alkoivat vasta juuri silloin [syksyllä 2000] eli hyvin myöhään. Sydneyn olympialaiset olivat pilotti tässä online-uutisoinnissa ja olympialaisissa olleet ihmiset tekivät sinne uutisia.* (H18.)

Jotkut toimittajat muistavat, että aikanaan olisi ollut jonkinlaista puhetta siitä, että juttuja pitäisi alkaa tehdä myös onlineen. Osa online-uutiset noteeranneista halusi kuitenkin unohtaa ne saman tien. Tilanne ei ollut helppo esimiehille. *Esimiehenä joutui silloin miettimään sitä, miten ihmiset suhtautuu siihen [että joutuu tekemään omista jutuistaan online-uutisia oman työn ohella], ja senhän tiesi, miten ihmiset suhtautuu. Että taas tehdään lisää töitä ja lisää palkkaa ei tule.* (H12.) Toiset sivuuttivat käynnistysvaiheen siksi, että online-uutisten aikoihin keskusteltiin myös muista uusista jakelukeinoista. *Online-uutisista mä kuulin muistaakseni vuonna 2000, kun kerrottiin, että semmoinen pistetään pystyyn ja siihen satsataan paljon. Silloin perustettiin myös niin sanottu mobiiliportaali, ja silloin kaikki kysyivät, mikä se on. Eikä kukaan tiennyt.* (H11.)

Yhdellä haastatellulla on online-uutisten käynnistämisvaihteesta hyvin vahvoja muistikuvia. Haastateltu muistaa suhtautuneensa tiedottamisen tapaan ja tulevaan organisaatiomalliin hyvin kriittisesti. Hänen mielestään asiassa ei oltu avoimia. *Kun se [yhteistyö] liittyi näihin uuden median konserni-hankkeisiin, niin siitä sitten*

supsuteltiin – kuten perinteisesti näitä asioita tässä yrityksessä tehdään (H5).

Haastateltu oli jo Verkkoliitteen alkuaikoina ajatellut, että asiat tehtiin väärin ja hölmösti. Erityisesti esimiesten kierrättämistä hän olisi alkuaikoina välttänyt. Kun verkkouutispalvelusta tehtiin aikanaan lisäksi oma erillinen yksikkönsä ja sille tuli omat vastuuhenkilönsä, kuvio ulkoisti vastuun peruslehden tekijöiltä. Asiat kuitenkin paranivat kun Verkkoliitettä supistettiin ja aloitettiin online-uutiset. *Online-uutisten perustaminen oli osa sellaista henkistä käännettä, jolloin Hesarin Verkkoliite siirtyi lähemmäksi sukulaiseksi paperilehden kanssa. Se rupesi hakemaan rooliaan perheessä, jossa ydintuote on paperilehti. Verkko tuotiin huomattavasti lähemmäksi tätä pääprosessia, kun sitä ennen oli ollut kaikki webortaasi-kuviot ja verkkomedia täysin omilla ehdoillaan. (H5.)*

Haastatellun mielestä talon organisaatorakenne ei edelleenkään tue verkon uutispalvelua, koska paperilehden ihmisiä ei ole sitoutettu hankkeeseen. Sitouttaminen olisi haastatellun mukaan saatu aikaan sillä, että toimitusten esimiehet olisivat olleet mukana suunnittelemassa ja toteuttamassa hanketta. *Se on aika tyypillinen meidän uudistushankkeidemme ongelma, että toimituksen johto ja jotkut projekti-ihmiset suunnittelevat hankkeen, jonka jälkeen se vaan tulee. Uudistuksia ei testauteta täällä operationaalisella portaalla. (H5.)*

4.4.2 Mitä pitäisi kertoa, jotta toiminta tehostuisi?

Alkuaikojen tiedottamisessa tuntui siis olevan puutteita. Mutta halutaanko online-uutisista ylipäättään tietää jotain? Ainakin esimiehillä on mielestään riittävästi tietoa. *En mä voi sitä sanoa, etteikö onlinesta olisi saanut viime aikoina tietoa. Ehkä enemänkin sellaista epä tietoisuuden aikaa oli ne Verkkoliitteen kasvunajat, jolloin siellä oli paljon sellaista väkeä, joka ei ollut [ollut] tekemisissä päivittäisen uutistoiminnan kanssa [joko Hesarissa tai muissa tiedotusvälineissä]. (H9.)* Moni esimies korostaa myös sitä, että tietoa verkon toiminnasta olisi saatavilla, jos siihen olisi tarvetta. *Mulla on tapana, että jos mä en tiedä, niin mä käyn kysymässä. (H15.)*

Useimpia kantalehden toimittajia sen sijaan vaivaa epätietoisuus. *En mä tiedä yhtään kuinka se [Verkkoliite] toimii. Ehkä periaatteen tiedän, mutta teknisesti en. Miten ne ottaa uutiset, miten käsittelee, miten laittaa eteenpäin? Se kaikki on mulle ihan hepreaa. Ei ole tarjottu mahdollisuutta tutustua. (H16.)* Vastaaja ei kuitenkaan usko, että

demonstraatio vaikuttaisi hänen työskentelytapoihinsa. Toisen mielestä tieto kuitenkin lisäisi yhteistyötä. *Ei mulle ole koskaan kerrottu, miten me voitaisiin tehdä yhteistyötä, mitä ne odottaa meiltä, tai mitä me odotetaan niiltä. Vähän vaikea tietää, että miten pitää toimia.* (H13.) Myös Verkkoliitteen organisaatiosta ollaan hieman epätietoisia. *Kyllä mä suurin piirtein tiedän, että jommallekummalle [deskissä istuvalle verkkotoimittajalle] mä voin puhua. Mut mä en tiedä, kuka on uutisvastuussa, kelle kannattaa puhua, miten se organisaatio menee. Pitäisi tietää, koska me [kantalehden toimittajat ja esimiehet] ollaan myös vastuussa siitä, minkä näköinen Hesari on verkossa.* (H17.)

Mutta vaikka useimmat kantalehden toimittajista haluaisivat lisää tietoa, he eivät kuitenkaan jaksaisi ottaa sitä vastaan, koska muutakin tietoa on liikkeellä niin paljon. Toimittajien mielestä sen sijaan viestien tyylien muuttamisella päästäisiin jo huomattavasti eteenpäin. *Enemmän kannattaisi korostaa [kantalehden toimittajien] mahdollisuuksia kuin velvoitteita* (H11). *Pitäisi korostaa, että jutun voi muotoilla verkkoon erilailta. Se on oma kokonaisuutensa, jossa voi olla hieman eri pointteja, koska se lukijakunta voi olla vähän erilaista.* (H8.)

Mitä esimiehet sitten itse tekevät tiedottamisen hyväksi? Yleensä tiedottaminen on reaktiivista toimintaa: yritetään muistuttaa kun muistetaan, mutta alistutaan sille, että muistaminen on vaikeaa. Esimiehet korostavat myös sitä, että heidän oma tapansa ei ole neuvoa, vaan ainoastaan antaa suuntaviivoja ja vastuuta oman toimituksen deskille. Yhden esimiehen mielestä hän on ohjeistanut alaisensa jo vuosia sitten. *En muistakaan, milloin olisin sanonut jollekin, että muista tehdä onlineen. Ehkä pitäisi.* (H14.) Samaisen osaston toimittajan mielestä esimies ei muistuttele velvollisuuksista verkkoa kohtaan, koska *toimittajilla ei yksinkertaisesti riitä aika ja kiinnostus kuin päiväkohtaisen paperilehden valmistamiseen* (H16). Erityisen raskaaksi koetaan kantalehden esimiesten keskuudessa se, että nykyisin Verkkoliite pitää muistaa joka käänteessä. Tilannehan muuttui muiden toimitusten osalta syksyllä 2003, kun maksullisuuden myötä myös muut toimitukset kuin Verkkoliite joutuvat osallistumaan lehden viemiseen kokonaisuena verkkoon.

Useimmat haastatelluista sanovat, että jonkinlainen yhteinen keskustelu osastojen välillä olisi nyt paikallaan. Syy keskusteluun ei tosin ole heidän mielestään se, että osastojen suhteissa olisi jotain vikaa, tai että tilanne olisi kroonisen huono. *Kyllä se*

olisi ihan hyvä katsoa mistä aiheista juttuja tehdään ja mitä odotuksia heillä [verkkoliiteläisillä] on. Mitään rutiininomaista tarkastelua meillä ei [automaattisesti] ole. (H15.) Yhteisessä keskustelutilaisuudessa olisi järkeä myös siksi, että tuolloin eri osastojen ihmiset näkisivät toisiaan, varsinkin kun kantalehden esimiesten mielestä *online* vaihtuu väkikin niin usein (H15). Keskustelutilaisuuksia on kuitenkin vaikea toteuttaa, koska haastateltujen mukaan Helsingin Sanomien kulttuurissa ei ole tapana käydä periaatteellista keskustelua yli osastorajojen. Tilanne ei liene mitenkään poikkeuksellinen isojen talojen kohdalla, joissa omaan toimitukseen rajoittuminen käy luontevasti.

Verkkoliitteen tapauksessa periaatteellista keskustelua olisi kuitenkin ehkä syytä käydä, koska se luonteeltaan poikkeaa lehden kaikista muista osastoista. *Se tavallaan tekee yhteistyötä kaikkien kanssa. Se on siinä mielessä saman tyyppinen kuin kuvatoimitus – mutta eipä kuvatoimituksenkaan kanssa kuvajournalismin suunnasta ole mitään puhetta.* (H15.) Ehkä keskustelua kuvajournalismin suunnasta olisi syytä käydä, mutta tämän tutkimuksen keskiössä olevan Verkkoliitteen kohdalla keskustelulla olisi toisten mielestä jo kiire. *Huolestuttavaa on, että online ei ole kunnollisessa vuorovaikutuksessa esimerkiksi meidän toimituksen kanssa* (H17).

Verkkoliitteessä ei kuitenkaan vain odoteta, että tilanne muuttuisi, vaan osaston esimies yrittää tehdä osastoaan tutuksi tekemällä jonkin verran yksittäisiä vierailukäyntejä muissa toimituksissa. Usein tällaisen muistutuskierroksen jälkeen juttuja toimitetaan Verkkoliitteelle parin päivän ajan runsaasti, mutta sitten tarjonta taas tyrehtyy ja yhteistyö jää vähäiseksi. *Pitäisikin varmasti tehdä paljon enemmän asian eteen, jotta työtavat muuttuisivat, arvelee eräs esimies* (H10). Tärkein asia, jonka verkkoliiteläiset haluaisivat muiden tietoisuuteen olisi se, että juttuja pitäisi tarjota aktiivisemmin ja tehdä nopeammin. Verkkoliiteläiset haluaisivat myös päästä eroon kantalehdessä vallitsevasta uskomuksesta, jonka mukaan kaikki mikä liittyy internetiin, liittyisi Verkkoliitteeseen. *Meiltä kysytään jatkuvasti teknisiä asioita, joita meille ei ole koskaan opetettu. Ja välillä kysytään jotain taitto-ohjeita ja sellaista, joihin ei osaa vastata ollenkaan. Puhumattakaan jostain asiakaspalvelu-jutuista. Kyllä siinä tuntee itsensä vähän hölmöksi.* (H1.)

Mutta jos ei ole paperilehden puolella tarpeeksi tietoa Verkkoliitteestä, niin osataan Verkkoliitteenkin puolella kaivata tietoa paperilehdestä – tietoa kaipaavat erityisesti

toimituksen pätkätyöläiset. Erityisen tärkeää olisi tietää toimitusten rutiineista. *Joskus kun soitan [jollekin osastolle] ja niillä on viikkokokous, ne on aivan raivona. Mutta mistä mä voin tietää, että niillä on silloin viikkokokous?* (H1.) Totta on, että jos verkkotoimittaja häiritsee kantalehteä juuri kokouksen aikaan, niin se tuskin kohottaa Verkkoliitteen profilia muiden silmissä.

4.5 YHTEENVETOA

Luvussa neljä olen pohtinut organisaation vaikutusta Verkkoliitteen ja kantalehden väliseen suhteeseen. Luvussa olen käynyt läpi Verkkoliitteen asemaa, jonka voi todeta olevan tällä hetkellä hieman heikko. Syitä tähän voi hakea muun muassa online-uutisten alkuvaiheen puutteellisesta tiedottamisesta. Tapahtumien kulun tiivistää toimituspäällikkö Pietinen (2003). *Suurin ongelma tapahtui heti alussa, kun luultiin, että riittää kun uusi asia [Verkkoliite] vain tuodaan organisaatioon ja sanotaan, että nyt online-uutiset kuuluu toimittajantyyöhön. Siinä menee kuitenkin vuosikaupalla ennen kuin se muuttuu oikeasti rutiiniksi.* Mielestäni [edes Pietisen] puheilla ei kuitenkaan ole mitään merkitystä ennen kuin organisaatio alkaa tukea asetettuja tavoitteita. Siihen asti on helppoa olla vastarannan kiiski. Verkkoliitteen asemaa ja suhdetta kantalehteen voisi parantaa esimerkiksi työkiertoon osallistuminen. Mutta ainakaan toistaiseksi halu työskennellä Verkkoliitteessä ei ole ollut suurta. Tässä tapauksessa kyseessä lienee ennen kaikkea sukupolvikysymys – siihen ei olla totuttu – sekä pelko oman työn itsenäisyyden menettämisestä.

Luvun alussa lupasin miettiä, millainen organisaatio olisi ihanteellisin koko talon kannalta? Ihanneorganisaation määrittelemisen jonkun kannalta on kuitenkin hankalaa eikä se edes ole tämän gradun tehtävä. Uskaltaudun kuitenkin nimeämään yhden mahdollisuuden, joka olisi niin kutsuttu *uutistoimistomalli*. Mallissa onlinen ja kantalehden nykyinen asetelma käännettäisiin pääläelleen ja tuloksena olisi keskitetty sähköuutistoimitus, joka voisi myös tuottaa matkapuhelinuutisia. *Nyt ajatellaan niin, että paperilehden toimittajien tehtäviin kuuluu palvella onlinea. Jos homma käännettäisiin toisinpäin, meille voisi rakentaa vahvan online-toimituksen, jonka tehtävänä olisi seurata annettua uutisvirtaa. He tekisivät uutisvirrasta juttuja onlineen, mutta sellaisessa muodossa, että niitä samoja juttuja voitaisiin käyttää myös lehdessä,* sanoo asiaa paljon pohtinut esimies (H5).

Keskitetty uutissähkötoimitus pystyisi siis tuottamaan paperilehden pienet pakolliset uutiset, eikä niihin tarvitsisi käyttää aikaa toimituksissa. Uutistoimistomalli vaatisi kuitenkin suuria strategisia ratkaisuja. Muutos tarkoittaisi myös sitä, että aikoinaan tehty perusratkaisu täytyisi tunnustaa vääräksi. Käytännössä uutistoimistomaisuus ja oma vahva sähkötoimitus merkitsisivät myös sitä, että luovuttaisiin STT:stä. *Ajattelin silloin, kun [online-uutiset perustettiin] että on tosi nastaa, että meille tulee oma uutistoimisto ja ehkä me voidaan hylätä STT ja estää se, että meidän rahoilla pidetään yllä ilmaisjakelulehtiä* [tuolloin muun muassa Metro ja Uutislehti 100 käyttivät vain STT:n materiaalia] (Sinerkari 2003). Ajatuksen esittää kaupunkitoimituksen esimies, jonka on suhteellisen helppo toivoa talolle omaa uutistoimistoa, koska paikallisuutisissa harvemmin tarvitaan STT:tä. Helsingin Sanomissa on kuitenkin monia osastoja, jotka tarvitsevat STT:ltä sellaisia palveluja, joita oma toimitus ei pysty toimittamaan. STT:stä ei siis pystyttäisi luopumaan kokonaan.

Verkkoliitteen esimieskään ei oikein innostu uutistoimistoajatuksista. Ainakaan siinä tapauksessa, jos siihen sisältyisi optio uutisten myymisestä. *Jos vaikka maakuntalehdellä olisi mahdollisuus ostaa joko STT:n automaatti tai Helsingin Sanomien automaatti, niin jonkinlaisiin ongelmiin varmaan johtaisi se, että jossain Kalevan sivuilla olisi jotain Hesarin puoliskuppeja. Kuinka selkeästi se sitten tulisi selväksi, että nämä ovat Hesarin uutisia.* (Tyysteri 2003.)

Uutistoimistoa HS:n onlinesta tuskin koskaan tulee, ja vaikka tulisikin, niin tuskin se STT:tä syrjäyttää. Kantalehden puolella ajatuksesta halutaan kuitenkin pitää kiinni. *Pitää päättää lehden tasolla jatketaanko kehittämistyötä: tehdäänkö siitä oikeasti uutistoimisto vai mikä sen rooli ja funktio oikein on?* (Sinerkari 2003.) Poliitiikan toimituksen esimies Atte Jääskeläinen (2003) puolestaan haluaisi kattaa ajatuksen koskemaan koko konsernia. Tuolloin annettu uutisvirta olisi kaikille yhteistä eikä enää kilpailtaisi siitä, kuka talon lehdistä – Ilta-Sanomat, Taloussanomat, Helsingin Sanomat – huomaa jonkun uutisen verkosta, uutistoimistolta tai ulkomaisesta palvelusta. Näin kaikilla lehdillä jäisi aikaa perusteelliseen uutistyöhön. *Mä olen tehnyt ihan virallisen ehdotuksen siitä, miten me voitaisiin tehdä konserni-yhteistyötä tällaisissa päättäjiä koskevassa uutisoinnissa, mutta se nyt ei ehkä tähän graduun kuulu...*

Organisoitiin Verkkoliite tulevaisuudessa miten tahansa, toivotunkaltaisen toimitusjärjestelyn toteutumista helpottaisi huomattavasti, jos Helsingin Sanomilla olisi verkkoiminnasta yhteinen linja. Koko taloa koskevien organisatoristen tavoitteiden ja komentosuhteiden puuttuminen vaivaa selkeästi paitsi verkkoliiteläisiä, myös useimpia kantalehden esimiehiä. *Online-toimittaja ei voi mennä suoraan toimittajalle kivistelemaan juttua, koska hän ei ole näiden ihmisten esimies. Mun kautta meneminen taas on kömpelöä, koska enhän mä aina ole tässä. Ymmärrän kuitenkin, että komentosuhteiden takia on ihan hyvä, että toimittaja [alaiseni] uskaa [materiaalin luovuttamisen suhteen] mua paremmin kuin onlinen esimiestä tai online-toimittajaa. Mutta toisaalta se voisi kyllä uskoa myös online-toimittajaa.* (H17.) Komentosuhteiden ongelma tulee esiin myös joidenkin kantalehden toimittajien kohdalla, jotka tuntevat, että he eivät voi siirtää juttujaan itse onlineen, koska silloin he kävelisivät ikään kuin uutispäällikön yli. Miksi hierarkia ja komentosuhteet ovat juurtuneet niin syväälle ihmisten mieliin? Yksi vastaus lienee se, että toimituskulttuurit ovat Helsingin Sanomien kokoisessa talossa erilaisia ja toimitukset toimivat itsenäisinä eikä toisten reviirille haluta astua. Reviirijattelulla on kuitenkin suora vaikutus online-toimintaan: se hidastuu.

5 TOINEN LÄHESTYSMISTAPA: TOIMITUSTYÖN NÄKÖKULMA

Tässä luvussa näkökulman Helsingin Sanomien kantalehden ja Verkkoliitteen suhteeseen antaa toimitustyö ja erityisesti muutokset totutuissa toimituskäytänteissä. Tarkastelen ensin, millä tavalla verkko on muuttanut viestintäkentän toimintaympäristöjä. Sen jälkeen pohdin, millä tavalla online-toimittaja sopii muutokseen ja lopuksi katson, miten toimitustyö on muuttunut käytännön tasolla.

5.1 MITEN TOIMITUSTYÖ ON MUUTTUNUT?

Verkkotoimittajan työhön uudella viestintäteknologialla on ollut mullistava vaikutus. Journalistiseen työprosessiin on katsottu verkkojournalismin aikakaudella vaikuttavan ainakin neljä tekijää: deadlineen hämärtyminen, toimituksen virtuaalistuminen, verkkoyhteisöt ja se, että välineen rajoitukset journalistiselle ilmaisulle muuttuvat (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 92–93).

Toimittajien päivärytmiin ja uutisten tuottamisen filosofiaan vaikuttaa mielestäni eniten deadline-rajoitteen poistuminen. Sanomalehtien puolella toimituksen päivärytmi on ollut aiemmin selkeä. Verkkomedian aikakaudella säännöllistä määräaikaa tai vakiintunutta julkaisusykliä ei ole, vaan deadline on päällä koko ajan. Perinteisen deadlineen poistuttua uutisten tuotannosta on tullut joustavaa – asioista voi kertoa sitä mukaa kuin ne tapahtuvat, uutistapahtuman tietoja voi täydentää jatkuvasti ja virheelliset tiedot voi korjata välittömästi eikä vasta seuraavan päivän lehdessä. Myös sivutilan pakonomaisesta täyttämisestä voidaan luopua ja kertoa vain ne asiat, jotka ovat olennaisia ja laajentaa juttuja tarpeen mukaan. (Emt. 92.) Ensimmäisten uutispätkien julkaisemisen jälkeen verkkotoimittaja voi siis käyttää aikaa faktojen tarkistamiseen ja laittaa lisää aineistoa verkkoon omaan tahtiin. Joidenkin tutkijoiden mukaan digitaalinen aikakausi johtaa sellaiseen journalismin aikakauteen, jolloin kellon hallitsevuus pienenee ja tarve saada faktat oikein kasvaa (Pavlik 2001, 95).

Näkykö kellosta vapautuminen ja faktojen arvostaminen sitten käytännössä? Sanoisin, että ei, koska todellisuudessa uutisten taustoittamiseen ja tapahtumien analy-

sointiin ei jää aikaa. Tärkeintä on kerätä uutisvoitto nopeudessa muihin välineisiin nähden. Myöskään paljon selvittelyä vaativiin juttuihin ei ehditä tarttua. Verkko-lehtien sähköutisten voi näin osaltaan nähdä olevan osa syy journalismin yleiseen muutokseen, eli sisällön valtavirtaistumiseen, jossa kaikkien uutistalojen agenda on sama. Toinen digitaalisen aikakauden tuoma muutos on perinteisten medioiden viestintätekniiikan yhdentymisen eli konvergenssi. (Aslama & Kivikuru 2001, 277.) Uutiskilpailu on lisäksi tuonut mukanaan vuorokauden ympäri jatkuvan uutis-seurannan, minkä seurauksena toimittajien työstä on tullut raskaampaa.

5.1.1 Yleinen muutos: tuottavuus ja tasapäistäminen

Joukkoviestinnän ilmiöitä tiiviisti seuraava Journalisti-lehti pohti median muuttumista bisnekseksi 75-vuotisjuhlanumeronsa pääkirjoituksessa toukokuussa 1999 seuraavasti:

Mikä enää erottaa mediabisneksen mistä tahansa muusta bisneksestä, jos merkitystä on vain viestintäyrityksen osakkeenomistajien taloudellisilla intresseillä? [...] Eräissä suhteissa journalistien tehtävänä oleva sivujen tai ohjelma-ajan täyttäminen muistuttaa jo elävästi vanhaa kunnon liukuhihnatyötä. Luovan työn tekijöistä on tulossa duunareita, joille ei sallittaisi enää edes tekijänoikeuksia. (Journalisti 1999, 3.)

Liukuhihnavertaus tuntuu sopivan erityisesti verkkojournalismiin, jonka myötä toimittajien aineistosta on tullut materiaalia, josta työstetään lyhyitä uutisia verkkoon. Verkkojournalismin vertaamista liukuhihnaan korostaa uutisten mekaaninen poimiminen uutistoimistoilta. Verkkojournalismin on myös uskottu vain kiihdyttävän mediabisnestä, jossa samoista sisällöistä halutaan saada mahdollisimman paljon irti.

Erään tutkimuksen [2001] mukaan sanomalehdet ovat valmiita kokoamaan juttupaketinsä sieltä, mistä saa halvimmalla hinnalla hyvää laatua. Käytännössä tämä tarkoittaa yhteisten juttujen, kuvien tai sivujen käyttämistä saman konsernin sisällä. Kulut jaetaan lehtien kesken eikä juttuvaihdosta peritä tutkimuksen mukaan mitään korvauksia. Yhteistyöhön johtaneista syistä suurin on omistuksen keskittyminen. (Sederholm 2002, 61.) Olennaista suomalaiselle journalismille onkin se, että sama omistaja hallitsee useampia välineitä ja tarjoaa samaa tavaraa eri tavooin pakattuna eri välineisiin (Aslama & Kivikuru 2001, 278).

Joidenkin tahojen mukaan ei kuitenkaan pitäisi olla huolissaan median omistuksen keskittymisestä vaan ajattelun keskittymisestä ja journalismin samankaltaistumisesta.

Samankaltaistumisen seurauksena tärkeimpien viestimien agendalla on entistä harvempia asioita, ja ne myös pysyvät agendalla entistä lyhyemmän aikaa. Voikin kysyä, miksei kilpailun vaikutus voisi olla täysin päinvastainen, jolloin jokainen viestin hakisi omia vahvuuksiaan, ja kehittäisi niitä eikä seuraisi orjallisesti muita? (Perko 1998, 9, 17, 19.)

Samankaltaistumiseen vaikuttaa ennen kaikkea viestintävälineiden vahva halu pysyä mukana median valtavirrassa. Ne haluavat tarjota kaikille kaikkea ottamatta huomioon sitä, että muutkin tekevät niin. Näin sähköinen viestintä, joka nopeudessaan ehtii useimmiten ensin, sanelee pitkälti myös printtimedian aihevalinnat. (Emt. 18.) Sanomalehti ei kuitenkaan voi koskaan olla sama asia kuin televisio tai radio, vaikka internetissä niiden välineominaisuudet ovatkin yhdenmukaistuneet. Internet pystyy ehkä vastaamaan nopeuskilpailussa televisiolle ja radiolle, mutta vakiintunutta asemaa sillä ei yleisellä agendalla ole. Siitä kertoo omakohtainen kokemukseni kesältä 2003, jolloin kirjoitin HS:n onlineen sähköisen kuningatar Nefertitin muumion löytymisestä. Uutisen löysin Reutersin listalta. Kun seurasin muita viestimiä, ei kukaan kirjoittanut aiheesta. Mutta kun STT tarttui aiheeseen seuraavana päivänä, se löysi tiensä yleiselle agendalle ja viestinten suuri joukko havahtui aiheeseen. Kiinnostavaa on, että STT:n juttu oli tehty saman lähteen pohjalta kuin itse kirjoittamani.

5.1.2 Digitaalisuuden tuoma muutos: konvergenssi ja moniosaaminen

Edellä kerroin, kuinka toimitustyö on yleisesti muuttunut. Nyt siirryn muutoksiin, jotka ovat erityisesti tietotekniikan tuomia. Yksi näistä uusista termeistä on *konvergenssi*, joka on siirtynyt viestinnän sanastoon yritysmaailman ja taloustieteiden termistöistä (Aslama & Kivikuru 2001, 279). Viestinnässä konvergenssilla tarkoitetaan eri joukkotiedotusvälineille tyypillisten piirteiden sulautumista toisiinsa, josta internet on esimerkki: verkkojulkaisuissa on piirteitä niin sanomalehdistä, televisiosta kuin radiosta. Tällaista sulautumista voi kutsua tarkemmin *muodon ja sisällön* konvergenssiksi. *Omistuksen ja talouden* konvergenssilla taas pyritään ottamaan haltuun mahdollisimman suuri osa markkinoista. (Herkman 2003, 151–155.)

Konvergenssi myös muuttaa ruohonjuuritason tuottamisprosesseja radikaalisti ja toimittaja joutuu moniin hommiin moniosaajiksi (Aslama & Kivikuru 2001, 280). Tämä tarkoittaa sitä, että koko toimitusprosessi on yhden toimittajan käsissä. Toi-

mittajan on muotoiltava tekstinsä sellaisiksi, että siitä voi lähettää suoraan pikkujutun matkapuhelimeen. Tekstistä olisi myös saatava aikaan internet-juttu ja koko luomuksen olisi toimittava lehtijuttuna. Mutta mikä versio pitäisi asettaa etusijalle? Ikävää on, jos kaikki kärsivät.

Journalismin kierrätys ja ”moniosaaminen” voikin johtaa siihen, että yhä suurempi osa toimittajista kokoaa uudelleen yhä harvempien hankkimaa aineistoa ja yleisölle tarjoillaan kaikkien elämänpiiristä yhtä etäistä ja tasapäistä journalismia, jossa juttujen määrä ja julkaisunopeus alkavat korvata laadun. Myönteisempi visio on se, että kun rutiinijournalismin aineistoja voidaan kierrättää, voimavaroja on ohjattavissa laadukkaaseen ja ihmisten arkea koskettavaan journalismiin. (Heinonen 1999a, 8.) Toiset tutkijat muistuttavat, että journalismin laatu riippuu kuitenkin viime kädessä journalistin aivoista: tahdosta, taidoista ja motivaatiosta (Korhonen 2001, 110–111).

Konvergenssin myötä eri aloilla toimineet teollisuudenalat ovat alkaneet sulautua yhdeksi mammuttimaiseksi uudeksi *media- ja kommunikaatioklusteriksi*, jolloin uutis-toiminta pitää järjestää uudelleen. Esimerkiksi BBC:n uutishuone on jo muutettu *uutiskeskukseksi*. (Herkman 2003, 151–152.) Samankaltainen suuntaus näkyy myös Suomessa. Vanhat mediatilat ovat alkaneet sijoittaa tulevaisuuteen, vaikka uusmedian sisällöntuotanto ei vielä kannatakaan. Kohuttu medialiitto syntyi vuonna 1999, kun Sanoma Oy ja WSOY yhdistyivät SanomaWSOY:ksi. Mediayritys kustantaa lehtiä ja kirjoja, tekee uusmediatuotteita ja omistaa sekä kansallisen tv-kanavan että kaapeli-tv-verkon. Hyvänä kakkosena seuraa miltei samalla mallilla perustettu Alma Media, joka omistaa muun muassa MTV3-televisiokanavan. (Aslama & Kivikuru 2001, 280–281.)

Toistaiseksi SanomaWSOY ei ole ylihyödyntänyt monimediaalista potentiaaliaan esimerkiksi kierrättämällä samoja sisältöjä eri julkaisualustoilla. WSOY:n kirjojen tai Finnkinon jakelussa olevien elokuvien suosimista ei ole havaittavissa eikä Nelosen tarjontaa pelkästään ylistetä Helsingin Sanomissa. (Näränen 2003, 159–160.) Alma Media on sen sijaan hyödyntänyt liittoaan tehokkaasti alusta asti, ja se kierrättää konsernin eri välineissä kuten MTV3:n nettisivuilla ja lehdissä samaa uutismateriaalia. Yleisradion digitaalinen YLE24-kanava ottaa puolestaan mallia kansainvälisistä uutisjäteistä kuten CNN:stä ja BBC:stä. (Herkman 2003, 152.)

Mutta on raja alkanut hämärtyä myös Sanomissa, sillä Taloussanomat ja Ilta-Sanomien tekevät Neloselle talous- ja urheilu-uutisia. Myös Nelosen ja Helsingin Sanomien online-toimitusten yhdistämisestä on puhuttu, mutta mitään virallisia neuvotteluja ei ole käyty. *Ongelma on, että Nelonen on erillinen yhtiö, vaikka se on tämän konsernin sisällä. Siinä on myös epäsuhta, että tavallaan tv-uutistoimitus hyötyy sanomalehdestä. Jos arkisto ja osaaminen, mikä Hesarissa on, saadaan käyttöön, niin tv muuttuu ihan erilaiseksi. Mitä sanomalehti hyötyy siitä? Ainoa, mitä Nelonen pystyi sanomaan oli näkyvyys.* (Pietinen 2003.) Helsingin Sanomat ei kuitenkaan tarvitse näkyvyyttä lisää. *Molemmat myös kyräilee toisiansa eri perustein: sanomalehden toimittajat pitävät tv-toimittajia pinnallisina ja osaltaan tv-toimittajat pitävät sanomalehden toimittajia tylsinä puurtajina.* (Emt.) Pienimmillään yhteisösuunnitelmat ovat olleet sitä, että online materiaali olisi Nelonen teksti-tv:n käytettävissä. Verkkoliitteen esimies ei ole asiasta tietoinen. *Ai että täällä porukka alkaisi kirjoittaa online-uutisia jotenkin teksti-tv ruudun mittaan? Täällä sitä ei tehtäisi, mitä mä oon ymmärtänyt.* (Tyysteri 2003.)

Helsingin Sanomien online-uutisten otsikot juoksevat Elisan ja Nytin verkkosivuilla, mutta muuhun uutisten kierrättämiseen ei ole ryhdytty, koska online-uutisia ei haluta nähdä bisneksenä. Syy myymättömyyteen on ennen kaikkea palvelun luonteessa: HS online ei ole STT:n tai Reutersin kaltainen uutispalvelu, koska sitä ei päivitetä yhtä tiheästi eikä se ole yhtä selkeästi sähköpalvelu. *Mehän ollaan ihan erilainen media, me ollaan Hesari, ei uutispalvelu* (Pietinen 2003). Yleiseksi uutispalveluksi muuttuessa voisi lisäksi hävitä Helsingin Sanomien brändi.

5.2 MITEN TOIMITUSTYÖ ON MUUTTUNUT KÄYTÄNNÖN TASOLLA?

Tässä luvussa käyn läpi kahdenlaista muutosta käytännön tasolla: ensinnäkin verkko-toimitus käyttää itsessään uusia toimitustyön tapoja, toiseksi kaikki muutkin osastot ovat joutuneet omaksumaan uusia elementtejä työhönsä, koska ne ”joutuvat” tekemään yhteistyötä onlineen kanssa.

Verkkotoimintojen järjestämisessä olennaisinta on toimitusten välinen yhteistyö. Jotta Helsingin Sanomissa päästäisiin parhaaseen lopputulokseen, pitäisi myös kanta-lehden osastojen osallistua verkkotoimittamiseen toimittamalla onlineen pätkä ylei-

sestä uutistarjonnassa olevasta jutusta ja päivittää sitä, kun joku uusi tieto tulee julki. Asiat eivät kuitenkaan ole toimineet halutulla tavalla – suurin syy lienee muistamattomuus, mutta myös asenne: kun ei kantalehden toimittajaa kiinnosta, niin sitten ei kiinnosta. *Se on vähän sellaista uuden vastustamista ja omaa epävarmuutta, kun ei tunne ja tiedä tarpeeksi hyvin. Mieluummin jättää sen omaan arvoonsa kuin lähtisi innostuneena mukaan*, miettii eräs verkkotoimittaja (H1).

Ongelmia tuntuu aiheuttavan erityisesti se, että kun uutinen on kerrottu, se on kerrottu. Siksi ajatus aamun lehdessä olevasta jutusta, jossa kerrottaisiin edellispäivän sähkeestä vain laveammin, ei kuulosta toimivalta. Seuraavan päivän uutiseen onkin löydettävä joku lisä uutinen, jotta lukija olisi siitä edelleen kiinnostunut. *Uutisen perusrakenne on se, että sä kerrot asian. Sen jälkeen kerrot selittävän lauseen, miksi tämä on lehdessä juuri nyt. Sitten kerrot taustan, miksi näin on tapahtunut. Sen jälkeen haastattelet insideria, joka kertoo miksi tein näin. Sen jälkeen haastattelet outsideria, joka haukkuu, että miten näin on tehty. Edelleenkin kaiken tämän jälkeen uutisessa on yksi pointti.* (H5.) Jos tämä yksi pointti kerrotaan verkkouutisissa, niin seuraavana päivänä juttu tuntuu luetulta. Ja jos uutisessa on enemmän kuin yksi asia, niin pääsääntöisesti asiasta tehdään kaksi uutista.

5.2.1 Online-toimittajan työ Helsingin Sanomissa

Helsingin Sanomissa online-toimittajan työ on perusuutisointia deskissä, jossa toimittaja kirjoittaa eri lähteiden pohjalta suomalaisia kiinnostavia uutisia. Uutislähteitä ovat ennen kaikkea uutistoimistot, joista yleisimmin käytettyjä ovat STT, AP ja Reuters. Näiden lisäksi verkkotoimittajat seuraavat muita suomalaisia ja ulkomalaisia verkkojulkaisuja, erilaisia tiedotteita sekä tv:tä ja radiota. Verkkoliitteen toimittajat myös soittavat säännöllisesti poliiseille ja pitävät yhteyttä talon toimittajiin, jotka ovat työstämässä jotain uutisaihetta lehteen. Perusuutisoinnin lisäksi työhön kuuluu seurata talon omia uutisia ja miettiä, mitkä niistä ovat ajankohtaisia ja näin perusteltuja julkaista verkossa jo ennen seuraavan aamun lehteä. Lisäksi online-toimittajat kirjoittavat ja kääntävät päivän aikana kuvatekstejä, ovat puhelimitse yhteydessä niin ulkopuoliseen maailmaan kuin omiin toimittajiin ja käyvät palavereissa. Uusin lisäys toimenkuvaan on maksullisen aamun lehden saattaminen verkkoon. Uudistusta ennen [vain] noin neljännes päivän lehden uutisaineistosta julkaistiin verkossa aamulla (Medianetti 2003).

Varsinaisena työnään verkkotoimittaja siis *kääntää, kirjoittaa ja käsittelee* juttuja. Kaikille kantalehden työntekijöille työnkuva ei ole itsestään selvä. Muutamat vastaajat kokevat työtehtävistä kysymisen vaikeaksi, koska he eivät koskaan ole työskennelleet verkkotoimituksessa. Useimmilla kantalehteläisillä on kuitenkin jonkinlainen kuva online-toimittajan työstä. Ensimmäisenä vastaajille tulee mieleen uutistoimistojen tarjonnan seuraaminen oma-aloitteisesti. *Usein Verkkoliite huomaa jonkin asian nopeammin kuin joku toinen toimitus* (H2). Toinen vastaaja on myös oikeilla jäljillä nimetessään yhdeksi työtasoksi sähköuutisten toimittamisen. *Uutisten tiivistäminen selkeälle uutiskielelle ja tällainen listamainen työskentely, sekä aiheiden että sisällön toimittaminen ja kyky valita hirveän nopeasti* (H3).

Päivän uutisagendan seuraamisen lisäksi kantalehden haastatellut tietävät verkkotoimittajien työstävän verkkoon Helsingin Sanomien omaa aineistoa. *Ne selvästi käy läpi [tietokoneella] osastojen kotiasemaa ja noukkii sieltä tavaraa. Silloin kun ne sieltä noukkii, ne ymmärtääkseni kysyy säännöllisesti, että voivatko he jo käyttää tätä, ja me sitten toimitetaan siitä materiaalia online-toimittajille.* (H2.) Kantalehteläisten mielestä online-toimittajan työhön kuuluu paitsi kiinteä yhteistyö muitten osastojen kanssa, myös yhteistyöstä muistuttaminen. *Tässä vaiheessa, kun online ei ole vielä sujuva osa tätä kaikkea, on heillä vähän sellainen painostava ote osastoja kohtaan. Online on saanut hyväksynnän täällä, mutta se helposti unohdetaan ja laiminlyödään. Se tarvitsisi tietynlaista painostusta, että olisi vielä enemmän ihmisten takaraivossa, että onlinea pitäisi muistaa.* (H17.)

Kantalehden esimiehet sanovat myös toivovansa, että online-toimittajilla olisi mahdollisuus tehdä ajoittain omiakin juttuja. *Se pitää mielen virkeänä ja se on palkitsevaa ja hyödyllistä* (H3). Osa verkkoliiteläisten työtä on todellakin niin sanotuissa päivävuoroissa [vrt. luku 4.2] työstää omia juttuja. Käytännössä kaikilla toimittajilla on joku suhde talon johonkin osastoon, jonne he kirjoittavat.

5.2.2 Online omia erityisiä työtapoja

Online-toimittajan työ on Helsingin Sanomissa ennen kaikkea perusuutistyyötä uutisdeskissä. Työn tekemisen tapa poikkeaa perinteisestä jutun kirjoittamisen tavasta, jonka voi jakaa kolmeen vaiheeseen: *ideointiin, jutun tekemiseen ja prosessin kontrollointiin* (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 20–21). Verkkotoimittaja harvemmin des-

kissä istuessaan ideoi tai käyttää kirjoittamiseen runsaasti aikaa. Kukaan ei myöskään kontrolloi hänen tekemisiään. Verkkotoimituksistakin voi silti löytyä muuta kuin sähköuutistoita, jolloin työn tekemisen tapa lähestyy perinteistä toimitustyötä. Jos verkkolehteä voitaisiin tehdä mahdollisimman suurin resurssein, voisi verkkojulkaisuissa olla neljä erilaista työnkuvaa, joita olisivat *verkkojulkaisun uutistoimittaja, liikkuva reporteri, multimedial tuotantoryhmä ja keskusteluryhmän moderaattori* (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 54–83).

Verkkotoimittajien uudentyyppisistä työtehtävistä erityisesti paikan päältä raportointi verkkoon on synnyttänyt runsaasti erilaisia visioita, joista yksi on liikkuvan journalistin työasema. Työasemaan kuuluu puettava tietokonereppu, taskutietokone, gprs-vastaanotin joka näyttää käyttäjän olinpaikan senttimetrin tarkkuudella, langaton linkki internetiin ja päässä pidettävä näyttö, jossa on läpinäkyvä visiiri ja korvakuulokkeet. (Pavlik 2001, 54.) Todellisuudessa tällaiseen tekniikkaan ei verkkojulkaisuilla ole rahallisesti mahdollisuutta. Toisaalta sanomalehden verkkojulkaisuissa ei ole katsottu olevan järkeä harrastaa paikan päältä raportointia, koska useimpiin infoihin joku kantalehden toimittaja menee automaattisesti. *Tietenkin me [verkkoliiteläiset] voitaisiin kieli poskella heittää, että tonne on menossa toi toimittaja, joka ei ikinä meitä avusta, niin sinne voisi lähettää jonkun meiltä* (H18). *Mutta kyllä nuo resurssit on niin minimissä, ettei tuosta deskistä voi oikein irrottaa ketään minnekään kadulle raportoimaan* (H10). Häätapauksissa Verkkoliitteen esimieheltä löytyy ymmärrystä onlineen toimittajan tekemään paikan päällä raportointiin. *No kuvitellaan joku todella iso liikenneonnettomuus – Hakaniemessä 18 ihmistä kuollut – niin kyl meiltä lähtisi joku päivävuorolainen antamaan sieltä raporttia paikan päältä* (Tyysteri 2003). Oma verkkotoimittaja Hesarilla on paikan päällä automaattisesti isoissa urheilutapahtumissa, kuten esimerkiksi jääkiekon MM-kisoissa Helsingissä.

Paikan päältä raportointia on myös käytetty yksittäisenä tapauksena yhdessä Verkkoliitteen ja kaupunkitoimituksen kanssa. Kyseessä on parin vuoden takainen Helsingin kaupunginvaltuuston valtuustokeskustelu, joka käsitteli Töölönlahden kaavoitusta. Tuolloin eräs kaupunkitoimittaja istui kokouksessa luurit korvilla ja kirjoitti suoraan onlineen koosteita puheenvuoroista: mitä kukin sanoi ja miten keskustelu eteni. *Se toimi ja oli hirveän hauskaa. Me oltiin todella innoissamme siitä. Tuli tunne että me ollaan tehty jotakin aivan erinomaista. Sehän [kyseinen valtuustokeskustelu] valittiin*

sen takia, että kyseessä oli Töölönlahti ja tämä makasiinikysymys. Arvioitiin, että se kiinnostaa myös sitä porukkaa, joka istuu päätteen ääressä katselemassa mitä tapahtuu. Se oli sellainen hengennostatus-kokeilu puolin ja toisin. (Sinerkari 2003.)

Helsingin Sanomissa Verkkoliitteen toimittajan työ on siis olla verkkojulkaisun uutistoimittaja. Jos aikaa ja halua on, niin myös multimedialaisen tuotannon tekeminen on mahdollista, nykyään kuitenkin harvinaista. *Verkkoliitteeseen saa tehdä [multimediaa], mutta kuka tekee? Sehän vaatii aina sen, että pitää olla joku verkko-osaaja. Plus siellä pitää olla kuvatoimittaja ja graafikko. Se on se rajoitus. Mitä tahansa saa tehdä, mutta se linja on se, että uutispalvelua ei saa vaarantaa. Jos siitä jää aikaa, niin sitten saa tehdä. (Pietinen 2003.)* Seuraavassa luvussa paneudun siihen, miten verkkolehti saa uutiset omille sivuilleen.

5.2.3 Kantalehden ja verkkotoimituksen yhteistyömuotoja

Helsingin Sanomissa kantalehden ja Verkkoliitteen yhteistyö on parhaimmillaan uutishuoneyhteistyötä, jossa verkkotoimittaja *versioimalla* ja *käsittelemällä* saa aikaan sähköuutisia valmiista ja keskeneräisistä jutuista. Juttuja tehdään myös konsultoimalla uutisaiheista kantalehden toimittajien kanssa. Päivittäistä yhteistyötä on myös erilaisten infojen ennakkouutisointi, jolloin kantalehden toimittajan tekemä juttu julkaistaan heti kun info alkaa. Kynnys ennakkouutisointiin on kuitenkin korkea, jos se pitää tehdä ennen kotiinlähtöä. *Ja siitäkin on huonoja kokemuksia, että vaikka olisi tehnyt jutun valmiiksi, niin ne [online-toimittajat] ei sitä aina [toimitusjärjestelmästä] löydä ja täytyy soittaa perään (H8).* Päivittäiseen yhteistyöhön kuuluu myös uutisvinkkailu. *Me voidaan soittaa onlineen, että nyt tällainen tuli, että kannattaa teidänkin kysellä. Annetaan uutisvinkki, vaikka meillä ei olisi suoraan tarjota toimittajavoimaa siihen. Faksissa tai sähköpostissa voi myös tulla esimerkiksi suuri huumetakavarikkopäätös, jolloin mä usein kiikutan sen tuonne onlineen, josta toimittaja voi sitten näpyttää jutun. (H9.)*

Online-toimittajan kannalta yksi hyödyllisimmistä uusista työtavoista olisi kantalehden toimittajien totuttaminen puhelinraportointiin, jossa kantalehden toimittaja soittaisi online-deskiin suoraan keikaltaan. Ideaalitapauksessa online-toimittaja pystyisi kirjoittamaan puhelinkeskustelun perusteella verkkoon jutun, jota kantalehden toimittaja keikalta palattuaan ja varsinaisen lehtijutun tehtyään päivittäisi.

Vaiva tuntuu online-toimittajan näkökulmasta pieneltä, mutta tuloksena olisi aivan eri tasoista verkkojournalismia kuin silloin, jos online-toimittaja olisi itse tehnyt tiedotteen pohjalta jutun.

Puhelinraportointi jakaa kantalehteläisten mielipiteet. Toisia kantalehden toimittajia soittelu miellyttää. *Mun kannalta tuntuu hyvältä soittaa. En tiedä sen kannalta, joka joutuu kirjoittamaan sen verkkojutun niitten puhelintietojen perusteella.* (H13.)

Toiset kantalehden toimittajista puolestaan toivovat, että soittaminen hoidettaisiin onlinen puolelta. *Online-toimittaja voisi soittaa infon jälkeen ja pyytää muutamalla lauseella kertomaan, mitä siellä on tapahtunut. Soitto voisi tulla siinä vaiheessa kun online-toimittaja on tehnyt jonkin pohjan, ja sitten siihen saataisi jotain omaa, vaikka joku sitaatti.* (H11.) Menettelyn tavoitteena on helppous lehtitoimittajalle. *Kun mä tiedän, että kun käytän 35 sekuntia puhelinkeskusteluun, niin meidän online-uutiset on pikkaisen paremmat* (H11). Kiintoisaa on, että muutamat kantalehden toimittajat mainitsevat puhelinraportoinnista puhuessaan, että onlineissa on erikseen kiiteltä ja otettu puheluita mieluusti vastaan. Myönteinen vastaanotto ei yllätä, koska onlinen toivoman yhteistyön suunta on nimenomaan soittelu.

Puhelimitse tehtävä yhteistyö on luonnollista erityisesti ulkomaan uutisointia hoidettaessa. *Meidän kirjeenvaihtajat asioi suoraan onlinen kanssa. Ne seuraa jotain EU:n huippukokousta tai otetaan esimerkiksi Anna Lindhin murha. Toimittaja vuoti silloin Tukholmasta onlineen tasaisesti koko ajan.* (Huhta 2003.) Samoin tehdään politiikan toimituksen kanssa. *Meillä on tyypillisesti sellaisia uutisia, joista lukijoilla on akuutti tiedon tarve – tyyppiä Anneli Jäätteenmäki eroaa eduskunnassa. Meillähän on se hyvä puoli, että STT ei toimi politiikan uutisissa nopeasti. STT:n politiikan perustehtävä on kirjoittaa lehtijuttuja maakuntalehtiin eikä palvella markkinaniiloja.* (Jääskeläinen 2003.)

Yhteistyön pitäisi olla jatkuvaa myös muiden osastojen kanssa. Yksi esimies uskoo, että suhtautuminen onlineen erottaa hyvän toimittajan toisesta. *Musta tuntuu, että kunnianhimoiset muistaa [verkon] paremmin kuin ei-kunnianhimoiset, jotka eivät välitä edes siitä, miten juttu on lehdessäkään* (H15). Aina kunnianhimoisetkaan toimittajat eivät viitsi. *Jos sattuu olemaan aikaa ja sattuu muistamaan, niin sitä etukäteen tarjoaa ja tekee omat erityiset pätkänsä. Välillä sitä puolta [onlineen kirjoittamista] ei jaksa priorisoida. Se on kuitenkin vähän sellainen ylimääräinen, mitä*

hyötyä siitä on? (H8.) Joidenkin esimiesten mielestä rima online-uutisointiin pitäisi pitää korkealla eikä häiritä kantalehden toimittajia pikkujutuilla. Mun mielestä se ei saa kärsiä inflaatiota, että soitetaan joka asiasta, koska Verkko-liitteessä kuitenkin on sitä varten ihmisiä, että he pyörittää onlinea. Sen kerran kun sinne tehdään jotain omaa, silloin sen jutun asema niin kuin korostuu. (H14.) Esimiehiä askarruttavat myös vaihtuvat uutistilanteet. *Joskus kun meillä on joku kiinnostava juttu, joka näyttää olevan menossa huomiseen, sovitaan, että saa panna sen onlineen. Sitten uutistilanne muuttuu, eikä se juttu koskaan mene kantalehteen seuraavana päivänä, mutta onlinessa se on päivää aikaisemmin. Silloin kyllä vähän harmittaa ja miettii, että miksi mä olin niin höperö, että lupasin, että saavat heti ottaa. (H15.)*

Yleisimmät tavat saada verkkoon lehden omia juttuja on niiden versiointi ja käsittely. Niille kantalehden toimittajille, joille oma teksti ja aineisto on pelkkää materiaalia, juttuversiointi on hyvä ratkaisu: ei tarvitse itse lyhentää, vaan voi ainoastaan lähettää valmiin jutun verkkotoimittajalle, joka sitten käsittelee sen. Tämä toimii tietysti vain niiden juttujen kohdalla, joiden julkaisuajankohta ei ole tärkeä. *Mä olen sanonut [lähettäessäni juttua verkkoon], että laitatte julki, mitä mahtuu. Mä edustan sitä kuuluntaa, että jutun alkuun laitetaan se kiinnostava. Tapasit bussipysäkillä tutun, joka kysyy, mitä sulle kuuluu ja sä sanot sille ne tärkeimmät. Jutussakin se voidaan rakentaa siten, että tärkeimmät asiat ovat kärjessä ja lopusta voidaan ottaa pois. (H14.)* Onlineen tekemiin versioihin ollaan kantalehdessä pääsääntöisesti tyytyväisiä. *Mun mielestä ne on tehty hyvin. Ei ole mitään ongelmia ollut. Joskus on sitten tehty tällaisia HS–STT yhteispätkiä [Hesarin omaa ja STT:n tietoa yhdistämällä] ja se on mun mielestä aika taloudellinen tapa. (H11.)* Aina silloin tällöin versioista löytyy kuitenkin huomautettavaa. *On esimerkkejä siitä, että alkuperäiskirjoituksesta on editoinnissa menetetty jotain tai joku painotus on virheellinen, mutta se ei nyt ole kauhean ainutlaatuista (H3).*

Käyttökelpoinen työtapa olisi myös se, että toimittajat lähettäisivät verkkotoimittajille keskeneräistä juttumateriaaliaan, josta online voisi muokata jutun. *Mä luulen, että se on enimmäkseen työtapoihin liittyvä juttu. Ei tule mieleen, että siinä on yksi nappi – kopioi CCI-onlineen – mitä voi painaa. Ja sitä painamalla kesken kirjoittamisenkin voisi laittaa materiaalin jakoon. (H10.)* Vaikka onlineen toimitusjärjestelmä mahdollistaisi työtavan, ei siitä olla kantalehdessä innostuttu. *Periaatteessa kyllä, mutta käytännössä ei, koska se raakamateriaali tahtoo olla paljon*

kirjoitusvirheitä sisältävää. Mieluummin sen päästää läpi vasta oikoluettuna. (H6.) Asiaan vaikuttaa myös toimittajan tarve pitää kiinni jutustaan niin kauan kunnes se on valmis.

Mutta mitä sitten, kun uudenlaiset työtavat ovat tulleet taloon. Voiko yhteistyön tekemistä vaatia? Toimituspäällikön mielestä voi. *Sen pitäisi olla kaikille itsestään selvää, että se kuuluu osana työhön (Pietinen 2003).* Myös osastojen esimiesten mielestä he voivat velvoittaa toimittajiaan huomioimaan onlineen. *Jos työ muuttuu, jos lehdessä pidetään tärkeänä tällaista toimintaa, niin yksittäiset työntekijät eivät voi äänestää itse toisella tavalla (H15).* *Onlineen tekemistä voi velvoittaa – ja erillis- tapauksina ihmiset mieltävätkin, että on hienoa, jos pystyy tekemään jonkin uutisen, jota lukijat eri puolilla käyttävät (H17).*

Kantalehden toimittajat ovat puolestaan sitä mieltä, ettei yhteistyö käskyttämällä synny, vaan online toimii omalla painollaan rutiininomaisesti. Niin varmasti sellaisien kohdalla, joille yhteistyön tekeminen on luontaista, mutta mikä auttaa sellaisten kohdalla, jotka suhtautuvat onlineen äärimmäisen välinpitämättömästi tai vihamielisesti? Tuskin ainakaan mitkään pienet lisävelvoitukset tai toimituspäälliköiden muistutukset. *En usko, että se minään irtisanomisperusteena toimii, että toi ei lähettänyt ikinä mitään onlineen (H18).* Eräät toimittajat perustelevat yhteistyöhaluttomuuttaan sillä, että online on ylimääräistä työtä, jonka tekemisestä ei saa lisää palkkaa. Tällä hetkellä lisätyön määrä on kuitenkin todellisuudessa vähäistä, koska online ei ole rutiinia. *Ainahan jokaisessa asiassa voi joku lisämutka tulla, mutta että työnmassa, sitä ei ole tullut lisää (H3).* Normaalin jutun välittämisen kohdalla olisi- kin hieman outoa, jos toimittaja kokisi tekevänsä lisätyötä, sillä jos juttu on valmis, se pitää vain siirtää onlineen toimitusjärjestelmään. Täytyy myös muistaa, että ei ole juuri lainkaan tapauksia, jossa tehtäisiin pelkästään juttu onlineen. Aina työtä ei kuitenkaan osata priorisoida, joten lisätyötä tulee. *Nyt mä olen tajunnut, että mäkin tein väärinpäin: tein ensin jutun lehteen ja tein vasta sitten pätkän onlineen kun kaikki oli valmista (H7).* Joissain tapauksissa pientä lisätyötä tehdään mielellään, koska onlineen kirjoittaminen auttaa selkiyttämään ajatuksia ja varsinaisen jutun kirjoittaminen nopeutuu. *Jos aloittaa homman sillä lailla, että tekee ensin online- version, se teettää jossain määrin lisää työtä toki, mutta sitten on hahmottanut jotenkin kokonaisuuden (H2).* Toiset toimittajat vierastavat nopeasti kirjoittamisen

pakkoa. *Itsestä tuntuu, että vaikka on nopea, pitää olla luotettava, ja monesti tuntuu, ettei viitsi sinne onlineen laittaa mitään hirveän puolitekoista (H17).*

Esimiehet muistuttavat, että heidän toimittajiensa päätehtävä on tehdä paperilehteä. Eli jos aika on kortilla, silloin tingitään onlinen palvelemisesta, ja se on hyväksyttävä. *Todellisuudessa mä en usko sellaiseen malliin, että me voidaan edellyttää ihmisiltä joka päivä onlinen tekemistä. Se johtaisi automaattisesti siihen päätehtävän huononemiseen. Täällä kuitenkin aika monessa paikassa vedetään jo aika kovaa, ei ole enää sitä perinteistä hesarilaista löysää tässä talossa. (H5.)*

5.3 ONLINE-TOIMITTAJAN AMMATTI-IDENTITEETTI

Edellä kuvasin, kuinka suomalainen joukkoviestinnän kenttä on viime vuosina muuttunut. Sen jälkeen pohdin, miten muutos käytännössä näkyy. Nyt luon katsauksen siihen, miten toimittajan rooli on muuttunut. Muutos ei ole ollut draamallinen, sillä toimittajien pitää edelleen olla tehokkaita, todistaa kykynsä ja osallistua toimituksen yhteisiin sosiaalisiin rientoihin, jotta pääsevät sisälle tapoihin. Verkko-toimitusten myötä toimituksiin on kuitenkin syntynyt uusi ammattilaisryhmä, jossa työskentelee esimerkiksi *verkkotoimittaja* tai *sisällöntuottaja*. Heidän tehtävänsä on työstää muiden toimittajien tekemiä juttuja. Työ poikkeaa totutusta ja [nuori] toimittaja voi joutua yllättymään muiden toimittajien asenteista heidän työtään kohtaan. Verkkolehti Verkkotien päätoimittajaa Johanna Korhosta (2001, 109) onkin kummastuttanut se, miten pahoja allergiareaktioita sana sisällöntuottaja herättää monien perinteisten journalististen toimijoiden keskuudessa. Termi aiheuttaa närää, koska takana on ”Hollywood-kaiku”, eivätkä kaikki tiedä mitä tuottajan työnkuva pitää sisällään (Aslama & Kivikuru 2001, 285).

Toimittajien ammatillinen minä joutuu verkkotoimittajien lisäksi vielä suurempaan pyörytykseen, kun joukkoon ovat liittymässä myös konsernitoimittajat, joilla tarkoitetaan journalisteja, jotka kustantaja palkkaa työskentelemään erilaisissa oman talonsa välineissä. Tilanne on ristiriitainen: Verkon parissa työskentelevät toimittajat itse haluavat [uusista nimikkeistään huolimatta] puhua journalistien sisällöllisen erikoistumisen puolesta, mutta toimitushallinto haluaa nähdä heissä yleismies Jantusen

ominaisuuksia, jonkinlaista viestinnällistä yleispätevyyttä. (Aslama & Kivikuru 2001, 287.)

5.3.1 Online-ammattilaisena Helsingin Sanomissa

Helsingin Sanomissa verkkotoimittajia kutsutaan ”vain” toimittajiksi. Samasta nimikkeestä huolimatta Helsingin Sanomissa online-toimittajien ammatti-identiteettiä tuntuu määrittelevän ennen kaikkea kantalehden suhtautuminen. *Itse yrittää tehdä kaiken mahdollisimman hyvin ja oikein, mutta silti joku [muun osaston ihminen] urputtaa tai on vihainen tai suhtautuu tosi negatiivisesti* (H1). Vastaaja kokee, että hänen pitää omassa työssään pokkuroida muiden osastojen toimittajia ja silti suhtautuminen on perusnegatiivista. *Jotkut saattavat ruveta suurin piirtein huutamaan puhelimeen* (H1). Online-työ vaatiikin jatkuvaa positiivista kommunikaatiokykyä toimitusten kanssa, jotta ne suhtautuisivat mahdollisimman positiivisesti myös online-toimittajiin.

Verkkoliitteen toimittajat kuitenkin pitävät työstään ja pitävät itseään hyvinä toimittajina. *Kun joltain talon toimittajalta saa apua jossain hankalammassa jutussa, on sitä kiva verrata STT:n perusjuttuun, jota käyttää sellaisenaan moni taho: noi ei osannut sanoa siitä kuin muutaman sanan, ja meillä oli siitä asiantunteva juttu saman tien. Niillä on kiva keulia.* (H1.) Vastaaja kuvailee, että tuolloin hän tuntee tekevänsä online-toimittajana parempaa työtä kuin muut online-toimittajat. *Se on aina myös plussaa lukijalle, koska miehuummin sitä lukee asiantuntevan jutun kuin jonkun kiireessä väsätyyn pintaraapaisun* (H1). Vastaaja sanoo viihtyvänsä työssään erityisesti siksi, että hänestä on kiva hallita uutisvirtaa. Myös muut online-toimittajat kokevat uutisvirrassa kiinni olemisen mielekkäänä. *Mä olen viihtynyt myös noissa toimitussihteerin hommissa. Näissä on jotain yhtäläisyyttä – just semmoinen, että sama ihminen seuraa laaja-alaisesti, vähän pinnallisesti, mutta laaja-alaisesti.* (H7.) Jatkuva seuraamisenpakko tuo työhön kuitenkin raskautta, kun pitää olla koko ajan kiinnostunut kaikista asioista. Muuten putoaa nopeasti kärryiltä ja työn laatu kärsii. Online-toimittajien viihtymiseen vaikuttaa myös se, että he ovat itse valinneet osastonsa. *Meidän talossa on paljon ihmisiä, jotka on ollut 30 vuotta samassa toimituksessa, mutta mulle se olisi liian pitkä aika. Mä ajattelin, että kun lähestyn eläkeikää, olisi viisasta oppia jotain uutta. Se oli hyvä ratkaisu [vaihtaa Verkkoliitteeseen].* (H4.) Vastaaja huomasi äkkiä pitävänsä työstä – monen uutispäällikkö-

ja esimiesvuoden jälkeen. *Musta oli kauhean kiva huomata tekevänsä päivittäistä uutistystyötä. Naureskelin, että olin palannut uutistoimittajan alkuvaiheisiin, koska se työ [online-toimittajan työ] on itse asiassa ihan samanlaista mitä se on ollut joskus 70-luvulla, kun tein kotimaanuutisia.* (H4.)

Eräs Verkkoliitteeseen tullut toimittaja sanoo vaihtaneensa toimitusta kiinnostuksesta. *Mulle tarjottiin jo aikaisemmin mahdollisuutta tulla onlineen, mutta arastelin sitä, että käytän englantia kauhean huonosti ja sitten kun siinä pitää kääntää uutistoimistotekstejä, niin mä en uskaltanutkaan* (H7). Lopulta vastaaja päätti kokeilla ja huomasi viihtyvänsä. Pian hän kuitenkin huomasi, miten verkko-toimitukseen muualla suhtaudutaan. *Silloin alkuun kun ihmiset alkoivat huomata, että olen siellä, niin joku kysyi, että oletko sä ihan vapaaehtoisesti mennyt sinne. Mielikuva [kantalehdessä] oli vähän se, ettei sinne kukaan voi vapaaehtoisesti lähteä.* (H7.) Vastaajaa muiden ihmettely vain naurattaa. *On hauska kokeilla erilaista. Varmaan valtaosa tänne [Helsingin Sanomiin] tulevista näkee helpommin itsensä kirjoittavina tähtitoimittajina kuin juttujen käsittelijöinä. Olen ollut niin monessa paikassa, että on helppo mennä minne tahansa, ei ole semmoista oloa, että pitäisi mennä pelkästään hyvin arvostetulle osastolle.* (H7.)

5.3.2 Minkälainen online-toimittaja on muiden toimittajien silmissä?

Kuten edellä on käynyt ilmi, ei online-toimituksen toiminta ole monen mielestä kovin korkealla talon hierarkiassa. Kiintoisaa onkin, että online-toimittajia pidetään silti ammattitaitoisina, samanlaisina kuin talon muitakin toimittajia. Kantalehteläisten vastauksissa tosin korostuu se, että eroa verkkotoimittajien ja kantalehden toimittajien välillä ei nähdä, kun puhutaan nimenomaan *Helsingin Sanomien* toimittajista. *Se on samanlainen toimittaja kuin kuka muu tahansa, koska meistä kuka tahansa voisi mennä sinne töihin. Vastaavasti online-toimittaja voisi tulla mille tahansa osastolle.* (H14.) *Ei ole mitään sillä tavalla pahaan sanottavaa, tosi hyvin ja skarpisti siellä on seurattu tapahtumia ja asioita* (H11). Suhtautuminen voisi siis olla tyystin erilaista esimerkiksi eri portaalien verkkotoimittajiin.

Erään vastaajan mielestä Verkkoliitteessä on tällä hetkellä kahdenlaista väkeä töissä: nuorehkoja henkilöitä, jotka ovat lähtökohtaisesti kiinnostuneita nettijulkaisemisesta ja nettiviestinnästä, ja jotka ovat kasvaneet ja opiskelleet netin parissa. Sekä van-

hempia henkilöitä, jotka on siirretty muista toimituksista tehtävään, joka voisi hieman virkistää heitä. Jaottelun esittää eräs kantalehden toimittaja ja se on mielestäni hyvin asenteellinen. Tuleeko jatkuvasta seuraamisen pakosta muka automaattisesti virkeäksi? Vai onko online-toimittajan työ sellaista, ettei siinä juuri tarvitse olla virkeä? Todellisuudessa Verkkoliitteen toimittajat ovat itse halunneet siirtyä sinne. Ja mikäs siinä, ainakin minun mielestäni vanhemmat toimittajat ovat erittäin tervetulleita Verkkoliitteeseen, koska he tuovat toimitukseen kokemusta, minkä pitäisi sitten lisätä myös osaston arvostusta.

Yleisesti online-toimittajia luonnehditaan *virkeiksi* ja *ei missään tapauksessa leipääntyneiksi*. Useat vastaajat nostavat esiin innostuneisuuden. *Mun käsitys on, että siellä on aika innostunut ilmapiiri ja kova tsemppi päällä. Sellaisten ihmisten kanssa on aina mukava asioida. Kyllä mä pidän niitä ihan täysipäisinä toimittajina.* (H15.)

Toimituspäällikkö Pietinen (2003) sanookin, että innostuneisuus ja osaaminen ovat saaneet aikaan sen, että onlineissa tehdään nykyään enemmän ja paremmin kuin alun perin suunniteltaessa edes osattiin ajatella. Myös Verkkoliitteen esimies Tomi Tyysteri (2003) yltyy kehuaan omia toimittajiaan. Hänen mukaansa Helsingin Sanomiin on valikoitunut ihmisiä, jotka ymmärtävät mitkä asiat ovat uutisia ja mitkä ei. Esimiehen mielestä ei ole tarkoitus, että osastolla työskentelisi täysin samanlaisia robotteja, jotka julkaisisivat juttuja täysin samanlaisilla päätöksillä. Ihmisen oma asiantuntijuus saa paistaa jutuissa ja juttuvalinnoissa. *Harjaantuneella silmällä pystyn aika usein päättelemään kuka on vuorossa* (emt.).

Kantalehden puolella online-toimittajia määritellään nopeiksi ja tarkkoiksi. *Sun pitää olla aika lyhytsanainen ja älytä nopeasti tilanne. On paljon helpompi kirjoittaa pitkä juttu kuin lyhyt juttu ja sanoa vain se asia.* (H16.) Toiset korostavat uutiskentän laajaa tuntemusta. *Online-toimittaja on nopea ja tarkka deskitoimittaja, jolla on kyky seurata monia eri välineitä samanaikaisesti. Pitää olla tietyllä lailla uutisnarkomaani ja laaja yleissivistys, ettei tee typeryyksiä ja nosta esiin jo julkisuudessa olleita asioita.* (H9.) *Se päivän uutiskokonaisuus täytyy ehkä olla laajemmin olla hanskassa kuin yhdellä tietyin osaston toimittajalla* (H14).

Nopeuden lisäksi online-toimittajia määritellään tehokkaiksi. Määritelmälle voidaan löytää myös peruste mittausjärjestelmästä, jota kokeiltiin Yhdysvalloissa 1990-luvun

puolivälissä. Järjestelmä perustui sanomalehdessä juttujen tekemiseen käytettyyn aikaan ja määriteltyyn tuotantotavoitteeseen.

Jos jutut tehtiin pääasiassa esimerkiksi lehdistötiedotteen pohjalta, normin mukaisen viikkotuotannon odotettiin olevan noin neljäkymmentä juttua. Jos taas jutut perustuiivat henkilökohtaisiin tapaamisiin, juttuja oli määrä tuottaa viikossa viitisentoista. Viikon lopulla toimituksen johto mittasi juttujen pituudet, laski niiden tekemiseen kuluneen ajan ja arvioi, ovatko toimittajat ylittäneet lehden määrittelemään tuotantotavoitteeseen. (Heinonen 1999a, 4.)

Kuvauksessa esitetyn mittaustavan perusteella verkkotoimittajat olisivat erityisen tehokkaita, koska päivittäinen juttumäärä nousee aina pariinkymmeneen. Aivan näin karkeaa yleistystä tuskin on syytä kokeilun perusteella tehdä. Tehokkuuden vaatimus pitää kuitenkin online-toimittajat vireessä. *On kiire ja päivät kuluvat nopeasti. Tuntuu, että ne täytyy mielekkästä työstä. Jatkuva kiire ei kuitenkaan ole semmoista, että se aiheuttaisi sellaista stressiä kuin jutun työstäminen ideasta ja kirjoittamisesta lehdessä ilmestyvään juttuun saakka.* (H7.)

Tehokkuuden ja nopeuden vaatimus koetaan myös rasitteena. Vastaajien mielestä nopeus aiheuttaa paineita, koska pitäisi olla yli-ihminen ja kyetä seuraamaan kaikkea. *Se on joskus huvittavaa, että [onlineissa] saatetaan uutena asiana kertoa jotain, mikä on just ollut ihan pienenä jossain välineessä. Eihän kukaan pysty seuraamaan kaikkea.* (H8.) Sama ilmiö seuraa tosin myös paperisessa Hesarissa, jossa voidaan aivan samalla tavalla puhua asioista uusina, vaikka ne olisi julkaistu jossain pienemmissä lehdissä jo aiemmin.

Nopeus ja tehokkuus ovat kuitenkin online-uutisten eilinehtoja ja online-toimittajan ammattitaidon määrittäjiä, koska ihmiset ovat jo tottuneet vaatimaan online-uutisilta reaaliaikaisuutta. He eivät halua odotella seuraavan päivän lehteä lukeakseen juuri nyt käynnissä olevasta uutistapahtumasta. Jos joltain netin uutissivulta ei löydy uutista tietoa, siirtyy lukija seuraavalle sivulle. Tämä asettaa journalisteille ja lehtitaloille vaatimuksen, että he eivät ainoastaan voi, vaan heidän täytyy tarjota jatkuvasti päivitettyä tietoa sitä odottavalle yleisölle. (Pavlik 2001, 21.) Samaa mieltä ollaan Helsingin Sanomissa. *Pitää tehdä nopeasti, jotta lukijalle syntyy sellainen vaikutelma, että meiltä saa ne uutiset. Ei tarvitse mennä katsomaan muiden sivuja, vaan voi tulla meille ja luottaa, että ne löytyvät.* (H10.) *Pienellä viiveellä saa online-uutinenkin tulla, mutta sitten sen pitää löytyä tuolta. Ruudulla on oltava kolme neljä kappaletta tekstiä, jotta lukija saa selville, millaisesta asiasta on kysymys.* (H12.)

Koska kuluttajat ovat tottuneet reaaliaikaiseen uutissykliin, on nopeuden kyseenalaistaminen hyvin vaikeaa. Asiaa on pohtinut myös Verkkoliitteen esimies. *Nopeuden vaade on hyvä kysymys sinänsä. Miksei tehdä rauhassa laadukasta? HS:n näkökulmasta ei voi sanoa muuta kuin, että tällainen strategia on talossa valittu, ja täällä muurahaiset yrittää toteuttaa sitä mahdollisimman hyvin. Olisihan se tietyllä tavalla aika kummallista, jos Hesarilla ei olisi tällaista [verkkopalvelua]. Ja koska sillä on, ja ainakin tässä maassa isoilla resursseilla parasta mitä on, niin siihen kuuluu myös nopeus.* (Tyysteri 2003.) Verkkoliite onkin todellinen vastus sähköisille viestimille, kun jotain tapahtuu. Siitä osoituksena ovat muun muassa kevään 2001 tapahtumat, jolloin suomalaishihtäjät alkoivat kärytä dopingista. *Meillä oli aamulla kymmeneltä tiedossa, että kaksi mieshihtäjää ja kaksi naishihtäjää [olivat käryneet] ja nimetkin tiedettiin. Oli hienoa rakentaa onlineen sellainen draama, että me ensin kerrottiin, että siellä on kaksi miestä ja kaksi naista, kun samaan aikaan Yle kertoi, että kolme miestä ja yksi nainen. Mä maltoin vielä odottaa, että alkaa Ylen kello 15:n uutiset ja just silloin laitoin verkkoon nimet ja silloin niiden oli pakko lainata Hesaria. Se meni aivan nappiin.* (H14.)

5.3.3 Millä tavalla online-toimittajiin suhtaudutaan käytännössä?

Tarkastellessa online-toimittajan ammatti-identiteettiä on merkittävää tietää, millä tavalla online-toimittajiin suhtaudutaan käytännössä. Helsingin Sanomissa kanssakäyminen on eri osastojen ihmisten kesken korrektaa ja päällisin puolin kunnioittavaa, mutta varsinkin verkkoliiteläiset itse kokevat, että heitä pidetään *loisina*, jotka yrittävät pummia liian aikaisin seuraavan päivän lehteen menossa olevaa kamaa (H1). Näin ajattelevien kantalehteläisten uskotaan kuitenkin olevan vähemmistö, koska *onlineessa on ihmisiä, jotka ovat olleet kaiken maailman muissa tehtävissä talossa. Heihin suhtaudutaan tietysti vähän eri tavalla, kun he ovat osoittaneet osaamisensa jossain muualla, eivätkä ole tulleet tonne tekemään pientä pikauutisointia.* (H1.) Samasta puhuu myös toinen verkkotoimittaja. *Tietysti vanhana Hesarin toimittajana mulla on hyvät välit lehden toimituksen puolelle, kun tunnen ihmisiä niin paljon* (H4). Henkilökohtaisista suhteista huolimatta tämäkin vastaaja on kokenut vastarintaa ja saanut eteensä kieltoja ja julkaisurajoitusohjeita. *Sittenhän on tietenkin niitä, sanoisiko niitä nipottajiksi, jotka pitää meitä välttämättömänä pahana tai oikeastaan pahana, jota ei saisi olla ollenkaan* (H4).

Muutammat verkkoliiteläiset ovat ottaneet tavaksi käydä soitteluun sijaan tapaamassa toimittajia henkilökohtaisesti, jotta osastoihin tulisi pidettyä yhteyttä. *Menettelyyn vaikuttaa varmaan myös se, että olen ollut niin pitkään talossa, että suurin piirtein tunnen kaikki* (H7). Periaatteessa Verkkoliitteen asiat hoidetaan puhelimitse. Juttujen perään soittelu ei koeta erityisen hoidokkaana, mutta se ei ole myöskään ikävää, koska se on osa työtä. *Mutta välillä tulee niin tyly vastaus, että se iskostuu takaraivoon ja seuraavan kerran kun soittaa sinne samaan toimitukseen niin toivoo, ettei vastaus olisi niin nihkeä kuin viimeksi. Ne on tietysti poikkeustapauksia.* (H1.)

Ikävästä vastaanotosta huolimatta verkkoliiteläisiltä riittää ymmärrystä kantalehteläisille, ja kantalehteläiset puolestaan puolustelevat omaa asennettaan. *Kyllä sen ymmärtää, että jos soittaa paniikitilanteeseen ja härdelliin, niin ei meille välttämättä riitä myötätuntoa* (H1). *En mä sitä ajatusmallia ihmettele, että jos ihminen on ollut täällä vaikka 25 vuotta töissä ja tällainen online on ollut kolme vuotta käynnissä, niin pelkästään jo uusi tapa toimia hämmentää tai aiheuttaa muutosvastarintaa* (H18).

Ikävät tilanteet onlineen ja toisten osastojen välillä ovat poikkeustapauksia myös kantalehden esimiesten ja toimittajien mielestä. *Meillä 75 prosenttia suhtautuu asiallisesti ja tekee mielellänsä yhteistyötä ja loput ovat menettäneet halunsa palvelulla* (H5). Suurimman osan mielestä omissa toimituksissa suhtaudutaan online-toimittajiin hyvin, mikä näkyy onnistuneena yhteistyönä. *En mä koe ongelmaksi, että pitää kirjoittaa muutama rivi onlineen. Ehkä joku saattaa kokea, ettei halua tehdä niin, mutta jos se on duunia, niin ei siitä voi kieltäytyä.* (H14.) Närkeä palvelualltiudessa aiheuttaa kuitenkin tinkaaminen. *Meillä [osastolla] täytyy olla se viime käden oikeus omaan käsitykseen siitä, mikä uutinen laitetaan [myös onlineen] ja mikä ei. Se asia ei tyhjänjankkaamisella parane.* (H9.) Toisilta riittää ymmärrystä myös tinkaamiseen. *Totta kai niitä onlineessa harmittaa, jos on todella hiljainen uutispäivä ja meillä olisi joku juttu, jonka voisi hyvin laittaa sinne verkkoon. Ja me täällä epäröidään tai ollaan sitä mieltä, ettei vielä. Heilläkin on paine saada sinne uutisia koko ajan.* (H15.)

Verkkoliiteläisten on vaikea uskoa, että he olisivat jotenkin tyyneitä kantalehden toimittajia kohtaan. *Pikemminkin me ollaan anelevassa asemassa, sillä meillä ei ole mitään syytä hermostuttaa niitä enempää. Kyllä mä ainakin yritän suhtautua mahdollisimman positiivisesti niihin ja kiittelen kovasti ja yritän luoda sitä kautta sen*

miellyttävän fiiliksen heillekin yhteistyöstä. (H1.) Vaikka kantalehden esimiehet pitävätkin ikäviä tilanteita osastojen välillä vain poikkeuksina, silti muutamien esimiesten mielestä onlinelaisten käyttäytymisessä on parannettavaa. *Siellä on muutama semmoinen ihminen, joiden käyttäytymistavat saattaa herättää aggressioita. Täällä syntyy ihmisille sellainen käsitys, että sieltä edellytetään tietyllä tavalla päätyöpanosta onlineen, tai sieltä annetaan määräyksiä. Välillä tuntuu, että sellaisessa tilanteessa joillakin ihmisillä hermot on olleet vähällä mennä. (H5.)*

Kantalehteläiset kuitenkin toivovat aktiivista soittelua heihin päin, jottei pääsisi syntymään haavereita, ja verkkoon menisi juttuja omin luvuin. *Se mistä mä henkilökohtaisesti pidän on, että sieltä otetaan tänne päin yhteyttä joko sähköpostilla tai puhelimella, ja siellä on muutamia ihmisiä, joiden kanssa se toimii hurjan hyvin. (H15.)* Vastaajan mielestä yhteistoiminta on onlinea vahvistavaa puuhaa, koska näin online pysyy mielessä koko ajan – myös esimiehillä, joilla on paljon muutakin tekemistä kuin miettiä, että mitä uutisia panisi onlineen. *Silloin tuntuu kiva yhteistyöfilis: tehdään samaa ja pohditaan tätä heidän kannalta ja meidän kannalta. (H15.)*

5.4 YHTEENVETOA

Olen käynyt tässä viidessä pääluvussa läpi niitä uusia toimitustyön muotoja, joita onlinen olemassaolo muilta osastoilta edellyttää. Olen myös pohtinut, millainen ammattilainen online-toimittaja on tässä ympäristössä. Tässä kappaleessa kokoaan luvun ajatuksia hieman yhteen.

Verkkoliiteläisten ammatti-identiteettiä kuvaavat hyvin sanat *uusi, nopea* sekä *tehokas* ja *kommunikaatiokykyinen*. Uusi siksi, ettei kukaan vielä oikein tiedä, mitä online-toimittajien työtehtäviin kuuluu. Nopea siksi, että online-uutisten luonteeseen kuuluu tehdä nopeasti. Ja tehokas siksi, että työpäivän aikana juttuja pitää syntyä liukuhihnalla. Kommunikaatiota vaaditaan, koska online-toimittajan on oltava jatkuvassa vuorovaikutuksessa eri osastojen erilaisten toimittajien kanssa. Muita vastaajien nimeämiä piirteitä olivat *tarkkuus* ja *kyky laajaan uutisseurantaan*. Online-toimittajat itse kokevat, että heidän työhönsä kuuluu myös *mielistely*.

Toimitustyöstä puhuttaessa useissa kantalehteläisten vastauksissa korostuu erityisesti asennemuutoksen tärkeys eli se, että paperilehden toimittajien tulisi oppia uusia työrutiineja. Käytännössä tilanne ei ole vielä ihanteiden mukainen, eivätkä lehtitoimittajat ajattele keikoilla käydessään online-uutisia. Mielestäni ensimmäinen askel tähän olisi, että toimittajat alkaisivat lähettää online-toimittajille materiaaliaan. Toisaalta vaade on helppo esittää ja tuskin sitä itsekään noudattaisin omassa työssäni, mutta voisin ainakin yrittää. Tuntuukin, että aiemmin radiossa tai televisiossa työskennelleille toimittajille uusien työtapojen oppiminen käy periaatteessa helpommin kuin vain lehdessä olleille.

Tilanne ei kuitenkaan ole epätoivoinen, koska haastatelluista suurimman osa mielestä perusyhteistyö sujuu hyvin eivätkä toimittajat pidä onlinea hankalana. *Erityisen hyvää on se, ettei ole mitään erityisen huonoa. Ei ole mitään työkuultuuritörmäyksiä tai arvovaltaongelmia, vaan symbioosi on hyvä. Ei olla jatkuvasti käsikädessä kulkevia rakastavaisia vaan normaalissa parisuhteessa.* (H13.) Suurin ongelma on hiljainen arki, jolloin tehdään tavallista uutislehteä, eikä oikein mikään juttu nouse esiin. *Silloinhan vuorovaikutus on varmasti liian vähäistä* (H3).

Miten vuorovaikutusta osastojen välillä voisi sitten lisätä? Tilannetta auttaisi mielestäni jo se, jos online pystyisi tekemään jotain muun lehden hyväksi. Tuntuisi näet järkevältä, että muu toimitus voisi hyödyntää Verkko-liitteen tekemiä uutispätkiä, jotka ovat syntyneet esimerkiksi tiedotteista. Päällekkäisyyttä on varsinkin poliisi- ja onnettomuus uutisten sekä ulkomaan uutisten kohdalla. *Ulkomaantoimituksessa käytyri [uutisten käsittelijä] tuskin tulee edes ajatelleeksi, että meillä juttu saattaisi olla jo valmiina. En tiedä onko syy siinä, ettei se tule mieleen, vai että se halutaan tehdä itse, vai eikö sitä meillä tehtyä pidetä tarpeeksi hyvänä?* (H18.) Ulkomaantoimituksen esimiehen mielestä kyse on erilaisesta kirjoitustekniikasta. *Online joutuu tekemään ne kuitenkin eri tavalla, koska jokaisen otsikon alla voi olla vain yksi päivittyvä asia. Me taas voidaan yhdistellä asioita enemmän.* (Huhta 2003.) Käytännössä ulkomaan toimitus kuitenkin seuraa online tarjontaa ja hyödyntää sitä, jos haluaa. *Tiedän, että siellä on muutamia ihmisiä, jotka on ainakin jossain tilanteissa käyttänyt sitä [verkkosivua] jonkinlaisena referenssinä* (H18).

Jonkinlaista vuorovaikutusta kuitenkin on jo, sillä online auttaa kiiretilanteissa muita toimituksia ja vinkkailee esimerkiksi eri nettisivuilta löydettyjä uutisaiheita muille

osastoille. Verkkoliite pyrkii myös jatkamaan lehden uutisia sivuillaan, jolloin kyse on täydentävästä uutisoinnista kantalehden hyväksi. Jatkaminen saa kannatusta myös kantalehden puolelta. *Me ollaan Hesarina hirveän huonoja elämään samalla jutulla neljä päivää. Jos meillä on joku hyvä avaus, niin me jätetään muille välineille se jatkaminen. Siinä onlinella voisi olla ihan hyvä [uusi] rooli.* (H5.) Onlinesta haluttaisiin hyötyä myös verkkoprojektien muodossa. Vuosittainen projekti on esimerkiksi verotilasto, joka ei kokonaisuudessaan mahdu lehteen. Keväällä 2004 uusi projekti on ylioppilaskirjoitusten tehtävien julkaiseminen kokonaisuudessaan vain verkossa.

Kaiken kaikkiaan vuorovaikutus on Helsingin Sanomissa lisääntynyt lehti uudistuksen [syyskuussa 2003] myötä. Esimerkiksi kotimaan toimitus työskentelee nykyisin samassa uutisdeskissä kaupunki- ja politiikan toimituksen kanssa. *Kun maailma ei aina järjesty Hesarin osastojaon mukaan, on aika turha pitää jyrkkiä osastorajoja täällä* (H9). Muutamat esimiehistä sanovat omien toimitusten olevan kuitenkin edelleen hyvin eriytyneitä, joten he eivät tee yhteistyötä minkään toimituksen kanssa. *Tämä osastomme on perinteisesti ollut vähän oma saarekkeensa. Kyllä hirveän monet meidän toimittajat kirjoittaa muille osastoille ja muiden osastojen toimittajat kirjoittaa meille, mutta varsinaista yhteistyötä, sellaista että tehtäisiin osastojen yli jotain projektia, sitä meillä on aika vähän.* (H2.) Toisaalta ne kantalehteläiset, jotka ilmoittavat tekevänsä paljon yhteistyötä eri osastojen kanssa, eivät kuitenkaan tee onlinen kanssa yhteistyötä lainkaan.

Lopuksi pidän tarpeellisena mainita, että mielestäni kaikkien toimittajien työskentelyyn verkkotoimituksia enemmän on vaikuttanut itse internet [jonka oheistuotteena verkkotoimitukset ovat syntyneet]. Netti ylipäättään on nimittäin muuttanut kaikkien työtapoja. Oman toimittajakokemukseni perusteella nettiä tulee jokapäiväisessä työssä käytettyä moniin asioihin: ideointiin, taustoitukseen, tarkistamiseen, yhteystietojen kaivamiseen, lehtien lukemiseen ja arkistojen selailuun. Itselleni netinkäyttö on itsestään selvää, mutta erityisesti vanhemmalle väelle ei. *En mä käytä internetiä aktiivisesti eikä mulla ole esimerkiksi päätettä kotona ollenkaan. Hankin kyllä sieltä [internetistä] sen tiedon minkä tarvitsen, mutta jos pitää saada tietoa jostain asiasta, saan sen tiedon soittamalla.* (H6.) Ei siis ole ihme, että yhteistyö onlinen kanssa ei oikein toimi, kun välttämättä edes itse internet ei kuulu jokainen kantalehden toimittajan elämänpiiriin.

6 KOLMAS LÄHESTYMISTAPA: JOURNALISMIN SISÄLLÖN NÄKÖKULMA

Tässä luvussa lähestyn Verkkoliitteen ja kantalehden suhdetta sisällön näkökulmasta. Verkkojulkaisut ovat tuoneet mukanaan uudenlaisen kilpailutilanteen, jossa sanomalehdet pystyvät kilpailemaan sähköisten viestimien kanssa – jos haluavat. Useimmat sanomalehdet eivät kuitenkaan vielä halua, koska verkkojulkaisuilla ei ole toistaiseksi niin vakiintunut asema, että niiden uskottaisiin olevan todellinen kilpailuvaltti. Tässä luvussa pohdin paitsi uudenlaista kilpailua, myös sitä poikkeavatko online-uutisten uutiskriteerit jotenkin perinteisistä? Entä millä tavalla online-toimittajat voivat tehdä omia uutisia ja millainen on hyvä online-uutinen? Entä miten uutistoimistojen – erityisesti STT:n – rooli on uutislähteenä muuttunut?

6.1 VERKKOLIITTEEN TUOMA UUDENLAINEN KILPAILUTILANNE

Verkkojulkaisut ovat mahdollistaneet sen, että sanomalehdet pystyvät kilpailemaan sähköisten viestimien kanssa uutisten reaaliaikaisessa välittämisessä. Aivan yksinkertaista kilpailuun ryhtyminen ei ole ollut. Verkkojulkaisujen tultua osaksi viestintäkenttää lehtitaloissa eniten pohdintaa on aiheuttanut se, kerrotaanko seuraavan päivän lehteen aiottu skruppi jo edellisenä päivänä *ilmaiseksi* verkkojulkaisussa. Ongelman ydin on, että kantalehdessä uskotaan edellisenä päivänä julkaistujen internet-uutisten syövän lukijoita aamun lehdeltä. Sama tilanne on tietysti myös sähköisillä välineillä: jos televisio tai radio julkaisee internetissä uutisensa ennen omaa lähetystään, internet syö uutislähetystä yleisöä.

Ratkaisua ongelmaan ei ole löytynyt ja ainakin toistaiseksi ilmapiiri on viestimissä sellainen, että uutiset tulisi tarjota ensin pääviestimen yleisölle. Vuosituhannen vaihteessa tosin arveltiin, että sanomalehdet voivat menettää merkitystään nopeasti vanhenevan tiedon, kuten osakekurssien ja urheilutulosten, julkaisijana (Kuusisto & Sirkkunen 1999, 113). Tällöin nämä tiedot siirtyisivät luonnollisesti lehtien sivuilta online-uutisiin.

Asetelman tekee ongelmalliseksi se, että uutista ei haluta julkaista *vähempiarvoisessa internetissä*, vaan se halutaan säästää pääviestimeen. Netissä julkaistulla uutisella ei koeta saavutettavan uutisvoittoa. Tämä on mielestäni ihan ymmärrettävää, tuskin kukaan sanomalehden toimittaja haluaa, että omaa uutista riepotellaan eri välineissä, pahimmissa tapauksissa ilman alkuperäistekijälle suotavaa kunniaa. Helsingin Sanomissa skuuppien vuotaminen onlineen kautta koetaan todelliseksi ongelmaksi. *Muut välineet on oppineet sen, että Hesari laittaa omia uutisiaan onlineen, ja ne ovat oppineet, kuinka hyödyntää sitä* (H5). Hyödyntäminen tarkoittaa sitä, että kilpailevalla medialla on mahdollisuus julkaista aiheesta oma uutisensa ennen kuin HS:n paperilehti on ilmestynyt. Tuolloin kilpailijat eivät joudu enää asiasta uutisoidessaan viittaamaan Hesariin.

HS:n esimiehet ovat hyvin pessimistisiä sen suhteen, että onlineen kautta julkaistujen uutisten leviämistä muiden välineiden hyödynnettäviksi pystyttäisiin kontrolloimaan. Erään esimiehen mukaan, jos HS:n saama uutinen laitetaan verkossa ulos kello 20, on se jo 20.30 uutisissa Ylellä eikä siinä mainita Helsingin Sanomia lähteenä. *Yle on todennut, että meidän sivua pitää seurata ja laittaa uutiset saman tien ulos teksti-tv:n kautta. Jos uutinen on Ylen teksti-tv:llä tai STT:llä illalla, se on nopeasti myös maakuntalehtien käytettävissä, ja se on ilmaisjakelujen käytettävissä. Meidän aamun lehdessä se uutinen on sitten jo vanha. Muut ovat syöneet sen arvon.* (H5.)

Helsingin Sanomissa julkaisuajankohdan ongelman tekee suureksi se, ettei julkaisukäytännöstä ole annettu yleisiä ohjeita. Ohjeita on annettu vain osastokohtaisesti, ja ne poikkeavat toisistaan, ja ne pitää päättää joka tilanteessa uudestaan. Eikä kukaan oikein tiedä, mitkä ohjeet ovat milloinkin voimassa. Tilanne on johtanut siihen, että joidenkin mielestä onlineella ja kantalehdellä on eri päämäärät. Periaatteessa päämäärä on sama – mahdollisimman hyvä Helsingin Sanomat, mutta käytännössä kantalehden päämäärä korostaa eri asiaa kuin Verkkoliite. Poliitiikan esimiehen Atte Jääskeläisen (2003) mielestä verkossa *tavoitellaan sitä, että ihmisille syntyy kiusaus saada paperilehti käteen. Ja se tarkoittaa sitä, että sellaisissa asioissa, joissa on selkeästi odotettavissa oma uutisvoitto aamulla, uutista ei laiteta verkkoon, vaikka se olisi pienikin.* Verkkoliiteläiset itse kuitenkin muistuttavat tekevänsä mahdollisimman hyviä online-uutisia – lehden ehdoilla. Verkkoliitteessä ymmärretään ja hyväksytään, että kantalehti ja Verkkoliite eivät ole kilpailijoita keskenään, mutta eivät tasavertaisiakaan, sillä Verkkoliitteen pitää toimia kantalehden ehdoilla.

Toiset kantalehden esimiehistä kuitenkin moittivat Verkkoliitettä ylenpalttisesta hanakkuudesta ajatella asiaa vain Verkkoliitteen kannalta: kuinka se pärjää uutiskilpailussa muiden vastaavien välineiden kanssa. *Siinä on lehden kokonaiset hämärtyneet* (H9). *Äänensävyistä huomaa, että online-toimittajan omaan ammattirooliin kuuluu, että pitäisi saada mahdollisimman hyvät online-uutiset* (H5). *Joskus ärsyttää, kun online-toimitus tulee illalla kerjäämään, että milloin me voitaisiin julkistaa toi ja toi. Joskus kun on tehnyt jotain omaa skuuppia, jonka jäljillä on muutkin, olen joutunut tilanteeseen, jossa online-toimittaja on sanonut, että mitä sä tota enää panttaat, kun se näyttää olevan muillakin. Silloin ei oikein jaksaisi keskustella kenenkään kanssa, kun on muutenkin vähän masentunut siitä, että omat skuupit on julkistettu.* (H11.)

Osa toimituksista on kyllästynyt säännöttömyyteen ja esimerkiksi kotimaan ja politiikan toimitukset loivat joulukuussa 2003 omat sääntönsä, jotka he hyväksyttivät sekä lehden johdolla että Verkkoliitteellä [tosin vasta sääntöjen kirjoittamisen jälkeen]. Sääntöjen lähtökohta on se, että kotimaan tai politiikan toimituksen mikä tahansa iso tai pieni skuuppi ajastetaan ilmestymään onlinessa julkaisuajalla 04, 05, tai 06. Tavoitteena on kellonajalla kertoa, että kyseessä on aamun lehden uutinen. Muissa toimituksissa ohjeistus ei ole aivan näin tiukkaa, vaan toiminta on uutispäällikön vastuulla, joka päättää julkaisuajankohdista. Usein juttuja säästellään 20.30 asti, jotta tv-uutiset eivät pääse niistä jyvälle.

Verkkoliiteläiset eivät ole ärtyneitä uusista ohjeista – jos ne ulottuvat koskemaan vain kovia uutisia. *Mä en henkilökohtaisesti kärsi vaikka juttuja ei saisikaan laittaa. Jos talon johto pitää verkkosivuja kilpailuvaltina, niin silloin ne jutut pitää laittaa aikaisemmin. Jos päätetään, että niitä ei laiteta ennen kello neljää, niin se on sitten päätös.* (H7.) Mutta, jos julkaisukieltoja ja embargoja ilmestyisi kaikkiin mahdollisiin juttuihin, olisi se onlinen kannalta kauhuskenaario. *Olen sitä mieltä, että oikein kovat uutiset – oikeat skuupit, skuupin oikeassa merkityksessä – pitää säästää lehteen, eikä niitä pidä laittaa verkkoon kello 14 edellisenä päivänä* (H18). Verkkoliiteläiset muistuttavat, että uutisissa on eroja: on skuupit, joita varjellaan, jotta ne ovat ainoastaan Helsingin Sanomissa huomenna. Toisaalta on myös skuuppeja, jotka toimivat onlinessa mainiosti. Tällaisia ovat ne, jotka paljastuvat nyt, ja juuri tällaisten uutisten pitää olla heti onlinessa, koska nopealla toiminnalla pystytään osoittamaan,

että asia tiedettiin Helsingin Sanomissa aikaisin. Tällaisissa tapauksissa myös verkon uutisvoitto kelpaa kantalehdelle.

Miten skuupit sitten määritellään? Yleisessä tarjonnassa olevat faktat julkaistaan helposti, mutta verkkoliiteläisten mukaan on myös sellaisia kantalehteläisiä toimittajia, joiden mielestä mitään, missä on omaa uutishankintaa, ei pitäisi laittaa verkkoon. Ja tämä ärsyttää. Yleisesti skuupiksi määritellään sellainen juttu, josta ollaan melko lailla varmoja, ettei sitä ole vielä muilla. Kotimaan ja politiikan toimitukset määrittelevät skuupin olevan sellainen uutinen, jossa on paperilehden lukijalle jotain lisäarvoa. Tällaisia uutisia tulee politiikan esimiehen mukaan päivittäin nollasta neljään. *Meillä toimittaja itse arvioi, onko jutussa jotain, mikä on suojattava, ja tekee siitä huomautuksen juttuun. Silloin sitä ei laiteta verkkoon kuin vasta aamulla.* (Jääskeläinen 2003.) Online-toimittajien toivotaan myös tarkistavan aina uudestaan, voiko jutun laittaa – jos siitä on sovittu vaikkapa jo aamulla – sillä uutis-tilanne on voinut muuttua. Käytännössä online-toimittajan työtä rasittaisi todella paljon jatkuva soittelu.

Julkaisuajankohdan ongelma tuntuu olevan sellainen, että se tulee seuraamaan verkkojulkaisuja niin pitkään kunnes sanomalehtien verkkojulkaisut vakiinnuttavat asemansa, ja ne hyväksytään mukaan uutiskilpailuun osana sanomalehteä. Vielä näin ei ole, mutta ehkä tulevaisuudessa. Itse en usko lainkaan siihen, että kukaan lukija tai katsoja jättäisi lukematta lehteä tai katsomatta uutisia sen takia, että sama on jo julkaistu internetissä. Tuskin tasapäinen uutisagenda on seurausta vain internetin uutisista. Lukijasta ja katsojasta saattaa joka tapauksessa tuntua, että tv-uutiset ja sanomalehti kierrättävät jo sanottua – lähinnä siksi, että nykyisin uutisia pursuaa aivan joka puolelta – ei ainoastaan internetistä.

6.2 VERKKOJULKAISUJEN VAIKUTUKSET JOURNALISMIN SISÄLTÖÖN

Verkkournalismi vaikuttaa väistämättä myös muuhun journalismiin. Kiintoisaa onkin miettiä, poikkeako verkkolehden uutinen perinteisestä uutisesta muultakin kuin muodoltaan ja pituudeltaan. Entä suhtaudutaanko verkkolehdessä uutisen kriteereihin jotenkin eri tavalla? Entä mistä verkkolehdet saavat materiaalinsa,

kuinka paljon ollaan uutistoimistojen varassa? Millä tavalla uutisia voidaan ja pitää suunnitella verkkotoimituksissa? Ensimmäiseksi tartun uutiskriteereihin.

6.2.1 Poikkeavatko online uutiskriteerit perinteisistä?

Aluksi palautan mieleen perinteisen uutisvalinnan kriteerit. Uutisten sisältö määräytyy sen mukaan, millaisia asioita niihin valikoidaan. Bruun, Koskimies ja Teronen (1986, 58) erottelevat uutisten valikoitumisen prosessista *uutiskriteerin* ja *uutiskynnyksen* käsitteet. Uutiskriteerit viittaavat siihen, millainen merkitys erilaisille asioille ja tapahtumille on annettava uutisina tai uutistoiminnan näkökulmasta. Uutiskynnyksen tarkoittaa sitä, mitkä seikat vaikuttavat jonkin asian tai tapahtuman julkistamiseen uutisena. Uutiskriteerit ja uutiskynnykset voivat olla ristiriidassa keskenään. Uutisen kuuluisen uutisen kun saa tehtyä helpommin kunnallishallinnon kokouslistalta kuin oman ideoinnin ja uutishankinnan tuloksena.

Yleisesti tapahtumien uutisarvo määräytyy kolmen kriteerin pohjalta. Niitä ovat aiheen yleisyys, aiheen intensiteetti ja aiheen ensisijaisuus. Uutisvalintaan vaikuttavat myös aiheen harvinaisuus, myyvyys, paikallisuus tai henkilöinti. Myös uutiskynnyksen korkeus vaihtelee – toiset keskittyvät yhteiskunnallisiin asioihin, toiset sensaatioihin. Yhtenäisiä uutiskriteereitä on usein mahdoton antaa. Itse olen tavannut määritellä uutisen kahden kysymyksen avulla, joista toinen koskee ajankohtaisuutta ja toinen totuutta.

Seuraavassa käyn haastatteluvastausten avulla läpi, millaiset kriteerit vallitsevat Helsingin Sanomien online-toimituksessa, ja millaisena niitä lehden puolella pidetään. Sinänsä kysymys on turha, koska periaatteessa onlineilla on samat uutiskriteerit kuin kantalehdessä. Verkkoliitteen esimies (Tyysteri 2003) kuitenkin muistuttaa, että online-toimittajat tekevät uutisvalinnat itsenäisesti. Persoonallista otetta ei siis ole kielletty ja julkaisupäätös tai päätös jättää julkaisematta on online-toimituksen oma. Online-toimittajat kokevat omatoimisuuden mielekkääksi, mutta eivät vallankäytöksi. *Kyllä mä luulen, ettei kellään meistä se henkilökohtainen kiinnostus ratkaise, vaan kaikilla on jotenkin sisäänrakennettuna ne tietyt kriteerit, joilla Hesarin valitaan uutiset* (H1). Usein kriteerit punnitaan onlineissa käytännössä niin, että jos jonkun jutun pätevyys epäilyttää tai toimittaja ei tiedä, onko se uutisen arvoinen, sitä ei julkaista. Toimittajien erot näkyvät siinä, että joku julkaisee jotain mitä joku

toinen ei julkaisisi. Omat valinnat aiheuttavat sen, että tuote eli online-uutistarjonta ei ole aina tasalaatuista.

Joitakin poikkeuksia uutiskriteereissä kuitenkin on. *Esimerkiksi urheilussa me ollaan tietoisesti valittu mitä seurataan ja loppuja ei. Ja kaupunkiutisissa pidetään rima suhteellisen matalalla.* (Tyysteri 2003.) Kaupunkiutisten kohdalla alhainen rima tarkoittaa reaaliaikaisuuden tuomaa mahdollisuutta uutisoida tapahtumista, jotka eivät välttämättä ole enää uutisia lehdessä. *Se on oikeasti ihan merkittävä uutinen, jos liikenne on Helsingin keskustassa vartin, puoli tuntia tai tunnin tukossa, vaikka ei se välttämättä enää lehdessä ole uutinen.* (Emt.)

Valtaosa haastatelluista kantalehden toimittajista uskoo, että online uutiskriteerit ovat samat kuin heillä. *Ei siellä millään yökerhoseikkailuilla revitellä, sama asialinja siellä toimii kuin Hesarissa yleensä* (H16). Useiden mielestä verkon uutiskriteerit ovat kohtuullisen selvät. Uutisten pitää olla nopeasti lukijalle avautuvia ja tiettyä dramatiikkaa sisältäviä sekä lyhyitä. *Jos mä itse niistä olisin päättämässä, päätyisin varmasti samoille linjoille. Paikallisuushan niissä korostuu, ja niin pitääkin olla, että kerrotaan aktiivisemmin jostain pääkaupunkiseudun valtaväylän onnettomuudesta.* (H9.) Poikkeuksen kantalehteen tekee ympäri vuorokauden kattava deadline. *Se tarkoittaa, että joidenkin aiheiden kohdalla kynnyks on alhaisempi vain sen takia, että voidaan kertoa asioita nopeasti. Painetussa sanassa yhä harvemmin kerrotaan asioita ensimmäisenä, vaan se arvo hankitaan muusta siihen uutiseen liittyvästä kuin ensimmäisenä kertomisesta. Ja se muuttaa niitä kriteerejä.* (H3.)

Jotkut kantalehden esimiehet kuitenkin kaipaavat verkon uutiskriteerejä selkeästi esille. *Onlinen ja meidän keskinäisiä välejä tekee mutkikkaaksi se, ettei meillä täällä ole niin selkeää kuvaa siitä, mitä nämä online uutiskriteerit ovat* (H2). Tarvetta olisi myös periaatteiden kertomiseen, koska joskus osastoilla koetaan, että online on julkaistu jotain, mitä he eivät ole ajatelleet laittaa ollenkaan lehteen. *Joskus tuntuu, että sinne menee kaikki, mitä STT lykkää ja sitten saattaa olla jokin STT:n pätkä mitä ei käytetä koskaan. Jos on vilkas uutispäivä, eivät online-toimittajat ehdi perehtyä siellä pikkuseikkoihin. Siinä mielessä voisi täältä [asiantuntijaosastoltakin] koodinoida, mitä sinne kannattaa laittaa.* (H14.) *Tietenkin on lukijalle hyödyllistä, jos ne [kantalehti ja Verkkoliite] jotenkin tukevat toisiaan* (H3).

6.2.2 Millä tavalla online-uutisia suunnitellaan ja tehdään verkon omia uutisia?

Edellä mainitsin kantalehden ja Verkkoliitteen esimiesten vaikuttavan online uutisvalintoihin lähinnä suunnittelun kautta. Seuraavaksi käyn läpi, mitä se käytännössä tarkoittaa. Lyhyellä perspektiivillä päiväsuunnittelu tarkoittaa talon omien päivälisöjen, STT:n ja kansainvälisten toimistojen listojen varassa toimimista, koska niihin on kerätty keskeinen materiaali päivän agendalta. *Uskaltaisin väittää, että valtaosa isoista asioista on toimittajien tiedossa. Me käydään aamuisin ja myöhempinkin läpi listoja, että uutisaiheet on tiedossa ajoissa ja sitä ennen täytyy ottaa yhteyttä toimituksiin, jos ne voisi jeesata tai täsmentää jotain. Ja urheilun seuraamisessa on selkeästi tiedossa, että on tällaisia matseja.* (Tyysteri 2003.)

Tavoite olisi, että uutisten suunnittelun avulla saataisiin yleisessä tarjonnassa olevat uutiset hoidettua kunnolla, jolloin onlinessa olisi tietyllä kellonolyömällä oma juttu sen sijaan, että pitäisi laittaa STT:n juttu. Sekä kantalehden toimittajat että verkkoliiteläiset kuitenkin toivovat, että vielä nykyistä enemmän sovittaisiin onlineelle tehtävistä jutuista ja niiden ajankohdista. *Että jotenkin niitä pohjustettaisiin puolin ja toisin, ettei se olisi semmoista kuin että otetaan nopeasti joku STT:n juttu ja ihminen tulee jostain infosta ja monen tunnin päästä tekee turhaan sinne onlineen. Siinä ei ole mitään järkeä.* (H8.)

Tapausten ennakoinnin ja osastojen yhteistyön lisäksi varsinaista muuta suunnittelua ei onlinessa edes kaivata. Kiireisessä työssä riittää, että eletään hetkessä. *Jos deskissä olisi paljon ihmisiä ja joutuisi pyörittelemään peukaloita, silloin olisi hyvä, jos pystyisi suunnittelemaan ja harrastamaan jonkinlaista omaa uutishankintaa, mutta tällaisenaan ei ole paukkuja siihen* (H1). Online kaupunkiutiset ovat poikkeus suunnitelmallisuuden määrässä. Alussa aihealuetta kehittämään nimitettiin oikein erillinen suunnittelija. *Mä olin vuoden päivät täällä päivävuoroissa ja mietin, mitä meillä voisi olla pääkaupunkiseudulta ja mitä kaikkia aiheita voisi onlinessa käsitellä* (Järvenpää 2003). Vastaajalla on vankka pohja kaupunkitoimituksesta, jossa hän oli työskennellyt vuodesta 1989, jolloin lähialueen uutisia ei kerrottu vielä missään – ei lehdissä eikä STT:llä. Verkkoliitteen oli tarkoitus vahvistaa pääkaupunkiutisointia entisestään, mutta suunnitelmat kaatuivat, kun väkeä vähennettiin syksyllä 2001. *Silloin mä sanoin, ettei ole mitään järkeä, että mä istun täällä pohdiskele-*

massa mitä voitaisiin tehdä, kun [resurssi]tilanne on tämä mikä on. Mä siirryin sitten tavallisiin vuoroihin 2001 syksyllä. (Järvenpää 2003.)

Vaikka suunnittelun tarpeellisuutta edellä hieman kritisoidaan, voisi Verkkoliite tuottaa suunnittelun avulla omia uutisia onlineen. Omien uutisten tekemisessä rajoituksia aiheuttaa kuitenkin se, ettei toimitus ole juuri yhteydessä ulkopuoliseen maailmaan. *Mitään mikä vie hieman enemmän energiaa, ei tuossa deskissä onnistu, kun siitä ei voi poistua ja on muutenkin niin rajattu se aika, minkä voi käyttää (H1).* Oma uutisointi ei saa kaikilta myöskään suoraan hyväksyntää. Toisinaan verkkotoimittajat kokevat käyttävänsä liikaa energiaa omaan kirjoitustyöhön, jota välillä tehdään vain siksi, että lyhyen uutisen alla lukisi Helsingin Sanomat. Miltei sama teksti kun löytyisi STT:ltä valmiina. *Me tehdään kärkeästä härkänen, jotta me saadaan Helsingin Sanomat sinne alle, mutta sitten me ei huomatakaan tärkeitä uutista, joka tupsahtaa sinne siinä välissä. Onhan se kiva tehdä omia. Mutta se voi myös vääristää sitä uutisvirtaa, niin että oleelliset tärkeät uutiset tulevat myöhemmin tai unohtuvat siitä välistä pois. Ja se on paha. (H4.)*

6.2.3 Millainen on hyvä online-uutinen?

Verkkojulkaisun jatkuva päivitys on merkittävä mahdollisuus lehdelle, joka tahtoo menestyä yhä kovemmaksi käyvässä uutiskilpailussa. Tiuhaan tahtiin päivittyvä verkkolehti voi olennaisesti lisätä sekä lukijakuntansa uskollisuutta että tuoda uusia lukijoita sivuille. Millainen sitten on hyvä online-uutinen, joka pitää lukijat juuri omalla sivulla, juuri Helsingin Sanomien sivulla? Vaikka uutistyyli on jo perinteisesti ollut lyhyttä, verkossa julkaistavien uutisten on oltava yhä tiiviimpiä ja iskevempiä. Toisaalta taas tiedonhaluiselle lukijalle on mahdollista tarjota päiväkohtaisten aiheiden taustoja linkittämällä uutinen aiemmin julkaistuihin juttuihin ja Verkkoliitteessä linkkejä tehdään myös oman sivuston ulkopuolelle. Linkitys tuo paitsi lisätietoa käyttäjälle, myös lisähaastetta toimittajalle: toimittaja ei voi suositella lukijalleen mitä tahansa.

Verkkoliitteen oppaan (2002) mukaan hyvä online-uutinen on merkittävä uutinen, joka kiinnostaa monia ihmisiä. Online-uutisen on oltava lyhyt ja selkeä. Erityistä huomiota on kiinnitettävä otsikkoon: sen pitää olla lyhyt mutta kertova. Sen on myös oltava kirjoitettu niin, että siitä käy nopeasti ilmi, mistä uutisessa on kysymys. Hyvän

online-uutisen sanotaan olevan sujuvaa kieltä ja mahdollisesti siitä on linkkejä johonkin tausta-aineistoon ja juttuihin on ehkä vielä liitetty joku aiheesta kertova kuva. Ohjeissa mainitaan myös, että hyvä online-uutinen on tärkein, joten kantalehden toimittajien juttuja saa ja pitää käsitellä rohkeasti. Paras sähkeutisen asiantuntija istuu online-deskissä. (Verkkoliitteen opas 2002.)

Tällä mittapuulla Helsingin Sanomien online-uutiset tuntuvat olevan aika usein hyviä, ainakin verkkoliiteläisten mielestä. *On tietysti päiviä, jolloin ei ole merkittäviä ja kiinnostavia uutisia, ja se vaikeuttaa tilannetta. Joskus uutiset on liian pitkiä ja pui-sevia, eikä sisältö löydy niistä riittävän nopeasti. Ainahan on parannettavaa, mutta aina välillä käy niin, että on hyviä online-uutisia.* (H10.) Moni kantalehden toimittaja sanoo olevansa yllättynyt, kuinka hyvin uutiset on tehty eikä virheisiin juuri törmää. *Kyllä ne pääsääntöisesti on ihan päteviä. Luulen kyllä, että omat toimittajat saisi vielä pätevämpiä aikaiseksi ja sellaisia jossa olisi jotain omaa. Useinhan niissä heijastelee se uutistoimiston teksti.* (H17.) Toiset eivät halua nähdä eroa hyvän uutisen ja hyvän online-uutisen välillä. *Juttu, jossa on merkittävä uutinen ja hyvin kirjoitettu uutiskärki – sehän sopii verkkoon siinä missä lehteenkin. Ei se itsessään, että toinen julkaistaan lehdessä ja toinen verkossa, aiheuta mitään muutosta.* (H18.) Samankaltaisuudesta innostuneina toimituksissa ei ole keskusteltu, miten online-uutinen tulisi kirjoittaa. *Nopeasti asiaan ja olennainen tiivistäen. Se on aika tiivis juttutyyppejä, joka jokaisen pitäisi osata.* (H9.)

Hyvä online-uutinen on siis lyhyt, selkeä, merkittävästä aiheesta ja sisältää linkin ja kuvan. Tämä HS-onlinen omaksuma verkkouutisen malli on tekstikeskeisyydessään mielestäni toimiva. Arvelen sen myös kestävän aikaa yksinkertaisuutensa ansiosta. Toiset ovat vieneet online-uutista muodon puolesta multimediaalisempaan suuntaan, jolloin verkkouutisessa [web-uutisessa] olisi mukana otsikot ja teksti, ääni, still-kuvat ja video (Huovila 2001, 29–30). Itse en kuitenkaan usko, että web-uutinen tulee yleistymään.

6.2.4 Mikä on STT:n merkitys HS-onlinelle?

Hyvänä online-uutisena pidetään paitsi lyhyttä ja selkeää ilmaisua, myös sitä, että se on oma. Ei siis STT:n uutinen. Pitkin tätä tutkielmaa on haastateltujen puheista tullut esiin, että online-uutisten halutaan olevan HS-vetoiset. Liekö takana sanomalehdissä

vallitseva uskomus, että STT:n kautta tulee joskus tietoa, jota ei ole loppuun asti pohdittu. STT:tä kritisoidaan helposti myös siksi, koska sen käyttäminen on niin yleistä. Erityisesti verkkopuolella STT:n automaattista uutistensyöttöä käyttää moni niin kutsuttu yleisportaali. STT:llä on käytännössä Suomessa myös monopoli, koska muita uutistoimistoja ei ole. Tämä aiheuttaa sen, että STT:n jutut kiertävät samantyyppisissä verkkosivustossa.

Suomen Tietotoimisto on toimittanut vuodesta 1887 erilaisia mediapalveluja eri viestimille. Tällä hetkellä STT:n uutispalvelua käyttää Suomessa noin 100 lehteä, Yleisradio, televisiokanavat ja noin 40 kaupallista radioasemaa sekä monet verkkosivustot ja mobiilijulkaisut. Uutispalvelun ohella STT tarjoaa monia erityispalveluja kuten online-uutispalveluja. (Tietoa STT:stä 2004.) STT on siis perinteisesti ollut uutistoimittajan materiaalia, josta kaivetaan asioita. STT:tä käytetään joko sellaisenaan tai sitten sitä käytetään pohjana omalle jutulle. Verkkotoimintojen myötä STT:stä on myös tullut näkyvä osa tavalliselle lukijalle. *STT on edelleen lehtitoimittajalle turvallinen lähde, josta poimitaan materiaalia, josta tehdään omia uutisia. Ja materiaali saatetaan jopa jättää odottamaan huomiseen. Mutta se perikuleen online onkin pannut sen ulos aamulla.* (H4.) Kun online kautta paljastuu uutinen, on siis kantalehden toimituksissa kiire ryhtyä töihin, jotta sama juttu saataisiin seuraavan päivän lehteen. Joskus STT:n pohjalta tehtyjä juttuja myös pantataan kantalehdessä, jos aihe ei olekaan noussut yleiselle agendalle. Yleensä panttaamisen syy on tosin käytännöllinen, kun juttua halutaan hieman laajentaa oman näköiseksi.

Verkkoliitteessä julkaistuista uutisista noin puolet on uutistoimistoilta poimittuja ja puolet omia uutisia (Tyysteri 2003). Suhteeseen ollaan tyytyväisiä eikä uutistoimistojen käyttöä pyritä vähentämään. Niiden käyttöön on syynä nopeus. *Pääasia on, että se uutinen on verkossa nopeasti. Silloin on ihan sama saadaanko se talon sisältä vai STT:ltä* (Pietinen 2003). Perustelee pa yksi vastaaja STT:n käyttöä paitsi nopeudella myös maksullisuudella. *Maksetaanhan me siitä STT:lle, että me voidaan sitä käyttää. Ja mun mielestäni STT:n uutiset ovat ehdottomasti mainettaan parempia uutisia. Joskus ne on parempia kuin omien toimittajien tekemät.* (H7.)

STT:tä pyritään kuitenkin välttämään sellaisten uutisten kohdalla, joissa nopeus ei ratkaise. Kantalehteläisten työstämien versioiden käytöllä onlineella säilyisi vahvemmin Helsingin Sanomien oma leima kuin sillä, että verkossa olisi vain STT:n

aineistoa. *Siinä vaiheessa kun joku [kantalehden toimittaja] tekee aiheesta joka tapauksessa juttua, niin se olisi meidän näkökulmasta vain pieni efortti häneltä puristaa siitä muutama kappale meille* (H1). Online-toimittajilla on käytettävissään osastojen päivittäiset juttulistat, joiden mukaan online-toimittajat omassa aamukokouksessaan katsovat, mitkä jutuista ovat sellaisia päivän uutisia, jotka tulevat leviämään joka viestimestä. Apuna tässä ovat myös STT:n päivälisät. Osastojen listoille on yleensä myös merkitty kenen vastuulla juttu on, joten online-toimittaja voi sopia toimittajan kanssa, että saisi jutusta päivän aikana jonkin pätkän.

Aina asiat eivät kuitenkaan mene toivotulla tavalla ja on turvaututtava STT:hen. *Tämän kantalehden toimittajat ovat usein STT:tä hitaampia, mikä on tietyissä tapauksissa täysin ymmärrettävää. STT:hän on uutistoimisto, jonka tehtävä on suoltaa nopeasti ja täällä toimittajien päätehtävä on muu kuin sähköuutiset.* (H18.)

Verkkoliiteläisten ja joidenkin kantalehden toimittajien mielestä lukijaa kuitenkin pitäisi palvella HS-uutisella aina kun mahdollista. *HS on musta se lisäarvo, ainakin välineiden suurkuluttajille, jotka näkee sen saman STT:n uutisen kahdestakymmenestä eri paikasta. Se on jotenkin virkistävää lukea erilainen versio samasta asiasta, vaikka se ei sisältäisi olennaisesti mitään poikkeavaa tietoa.* (H9.) Useimmat toivoisivat, että silloin kun jutun perässä lukee STT, niin kyseessä on todellakin rutiini-juttu. Mutta heti jos siinä olisi jotain kiinnostavampaa, se olisi HS-juttu. *Me katsoo- taan aina STT:n kohdalla voisiko juttuun saada pienellä vaivalla oman näkökulman* (H15).

Jos omaa juttua ei saada, niin STT:n juttuja pyritään aina muokkaamaan: online-toimittaja lyhentää turhat tekstit pois ja tekee uuden otsikon. Jutun tekijäksi jää kuitenkin siinä tapauksessa STT. [Ei kuten jotkut uutispalvelut, jotka lisäävät omat nimensä heti, jos esimerkiksi otsikkoa on muutettu.] *Hassuahan se olisi, jos tehtäisiin HS vaan sen takia, mitä jutun lopussa lukee. Sillä kuitenkin on väliä, miten asia on pohdittu ja kirjoitettu. Jos se on yhtään analysoidumpi tai paremmin kirjoitettu tai otsikoitu, niin silloinhan se on aina plussaa.* (H10.)

STT:n käyttöä pystyttäisiin siis vähentämään tehostetulla yhteistyöllä, ja vastausten perusteella näyttää myös, että paitsi Verkkoliitteessä, myös osastoilla olisi halua korostaa HS-vetoisuutta. Vielä tällä hetkellä osastot kuitenkin puhuvat toista kuin te-

kevät. Tavoite ei kuitenkaan ole luopua STT:stä. Verkkoliitteen esimies perustelee, että *esimerkiksi urheilussa, ulkomaissa sitä ei tarvita ollenkaan, mutta jossain kotimaalla sitä tarvitaan kun Kälviällä palaa vanhustentalo. Siinä STT on ehdoton. Mutta jos touhu menee siihen, että meillä on 80 prosenttia kamasta STT:ltä, niin silloin on mun mielestä ihan relevantti kysymys, miksi täällä pidetään verkkotoimitusta yllä. Miksi me ei oteta sitä STT:n automaattia, jota hoitaisi yksi ihminen?* (Tyysteri 2003.)

6.2.5 Lukijapalautteen merkitys verkkotoimittajalle

Luvun 6.2 lopuksi suon muutaman rivin vielä lukijapalautteelle, jolla on hyvinkin vaikutusta journalismin sisältöön. Verkkojulkaisemisen myötä yleisön on ainakin teoriassa helpompaa antaa suoraa palautetta toimittajalle. Alkuaikojen verkkotoimittajia mahdollisuus suoraan palautteeseen suorastaan hämmensi, ja siihen haluttiin vastata heti. Nykyisin sähköposti on jo niin arkipäivää, ettei palautteen saaminen tunnu enää ihmeelliseltä. Verkkoliitteessä jokaiseen lukijapalautteeseen pyritään edelleen vastaamaan mahdollisimman nopeasti. *Mehän saadaan joskus sellaista palautetta, mikä oikeastaan kuuluisi jollekin muulle osastolle. Palaute tulee meille usein siksi, koska sähköposti on se helpoin tapa palautetta antaa ja verkkotoimituksen osoite löytyy usein ensimmäisenä verkkosivulta.* (H18.)

Verkkoliitteeseen tulee päivittäin uutisiin liittyen kymmenestä pariinkymmeneen sähköpostipalautetta. Esimiehen (Tyysteri 2003) mukaan lukijoiden huomautukset ovat joskus aiheellisia ja joskus viestit ovat aiheen vierestä. Toisinaan tulee myös kehuja. *Kauhean paljon valitetaan virheistä, joita on ollut STT:n tai Reutersin jutuisa. Asiavirheitä, jotka eivät ole tavallaan meidän hallussa, onko se oikein vai väärin. Sitten tietysti kaikenmaailman kirjoitusvirheistä besserwisserit haluavat päästä näpättämään.* (H1.)

Lukijoiden palaute on yleistä, jonka saavat lukea osastolla kaikki. Verkkotoimittajat eivät saa henkilökohtaista palautetta, koska Helsingin Sanomien verkkosivuilla ei tällä hetkellä ole näkyvissä nimiä. Lukijat eivät siis tiedä kuka uutisia kulloinkin toimittaa. Nimiasiasta on kuitenkin ollut puhetta koko online-uutisten olemassaolon ajan ja argumentteja on esitetty puolesta ja vastaan. Useimmille verkkoliiteläisistä nimettömyys ei ole ongelmaa, mutta toisaalta ei ymmärretä, mitä nimillä saavu-

tettaisiin. *Olen lehdessä elänyt aikoja, jolloin kenenkään toimittajien nimiä ei laitettu ja elänyt aikoja, että jokaiseen juttuun laitetaan nimi. Kummassakin on puolensa. En tiedä alkaisiko tulla häirikkösoittoja, jos siellä olisi nimi. Parempi on, ettei nimiä ole, mutta jos siihen päädyttäisiin, niin ei mulla mitään sitä vastaanakaan ole.* (H7.)

Jotkut verkkoliiteläiset ovat nimiä kuitenkin toivoneet, joten asiasta käydään edelleen keskustelua. Nimet tulisivat tuolloin sivulle todennäköisesti tyyliin *vuorossa olevat toimittajat...* Toisten mielestä omaa nimeä voisi viljellä myös online-uutisten lopussa HS:n sijaan. Julkaistavat nimet voisivat näin jotenkin inhimillistää toimintaa.

Talon sisältä Verkkoliite saa palautetta harvoin. *Mulla on ollut sellainen tunne, että ovatkohan he huomanneet, että Helsingin Sanomilla on tällainen Verkkoliite* (H4).

Tunne on tuttu myös kantalehden puolella. *Mun mielestä onlineen kiinnitettiin enemmän huomiota ennen kuin nykyään. Ja online oli jonkinlainen satsausalue, mutta sitten jossain vaiheessa suitsia vedettiin kai hieman kireämmälle ja silloin myös loppui se palaute, mikä ei välttämättä ole hyvä asia.* (H11.) Kantalehden toimittajat eivät ole juurikaan innostuneet koko lehden joka-aamuisesta sisältöpalautteesta, mutta silti myös online toivottaisiin näkyvän palautteissa. *Aina silloin online nousee hetkeksi enemmän tietoisuuteen* (H17). Verkkoliiteläisten mielestä palautteen saaminen koko talon nähden olisi tärkeää, jos jossain yksittäisessä uutistyydyksessä olisi toimittu hyvin. Kehuminen vaikuttaisi positiivisesti työhön ja kannustaisi.

6.3 YHTEENVETO

Tässä luvussa olen pohtinut sitä, miten verkkojournalismi on muuttanut journalismin sisältöä. Muutos esimerkiksi uutiskriteereissä ei ainakaan Helsingin Sanomissa ole merkittävä. Merkittävä muutos on sen sijaan mielestäni se, että verkko on vaikuttanut sisällön julkaisemisajankohtiin – milloin laittaa oma uutinen julki. Ongelmaksi tilanne on muuttunut, kun tiedotusvälineet ovat oppineet käyttämään toistensa verkkosivuja tiedonlähteinä. Tästä seuraa, että esimerkiksi Helsingin Sanomissa omista uutisista halutaan pitää todella tiukasti kiinni. Ongelmallista tilanteesta on se, että osasta kantalehden esimiehistä tuntuu, että verkkoliiteläisillä on paineita laittaa verkkoon lehden omia uutisia. Heidän mielestään perustellumpaa on säästää omat uutiset aamun lehteen, maksaville asiakkaille. Kantalehden esimiesten mukaan paineet omien uutisten julkaisuun tulevat sekä verkkotoimittajien omasta halusta tai esimiehen

taholta. Verkkoliiteläiset itse kuitenkin sanovat ymmärtävänsä, että skuupit halutaan pitää kantalehdessä. Kukaan ei toivo, että sivuilla käyvät muiden viestinten toimittajat ja levittävät juttua eteenpäin ilman tunnustusta Hesari-lähtöisyydestä. Verkkoliiteläiset ovat kuitenkin ihmeissään siitä, että panttaamisilmiö on alkanut saada niin suuret mittasuhteet. Erityisesti sellaisissa tapauksissa, jossa uutisesta tekee oman vain yksi oma lause. Joillekin kantalehden toimittajista omien juttujen julkaiseminen ei olisi ongelma, vaan osa suorastaan toivoo, että oma skuuppi-juttu laitettaisiin onlineen kokeeksi, jolla voitaisiin testata, millaiset jutut menevät muissa välineissä julki.

Skuupitilanteissa on kiinnostavaa se, että kantalehden esimiehet tuntuvat yhtäkkiä uskovan, että HS:n verkkosivuilla on paljon tarkkaavaisia lukijoita. Tavallisessa uutistyössä Verkkoliite kun tuntuu unohtuvan vain projektiksi, josta kukaan ei hyödy. Tällaisessa uudenlaisessa kilpailutilanteessa korostuukin sanomalehden itsensä määrittelemä tavoite: tehdä mahdollisimman paljon omia uutisia, joita toiset sitten joutuvat siteeraamaan. Usein tällaisessa taistelussa kuitenkin unohtuu se, että sanomalehden perustehtävä on tehdä perusteellista ja taustoittavaa perusuutisointia myös Helsingin Sanomissa. Skuupit tulevat sitten hyvän uutislehden ekstrana.

Sisällön saralla toinen merkittävä muutos on mielestäni STT, jonka aseman voi sanoa muuttuneen näkyvämmäksi online-toimittamisen myötä. Nyt STT ei ole enää vain toimittajien taustamateriaalia, vaan sen julkaisemia online-uutisia käyttävät sellaisenaan niin maakuntalehdet kuin yleisportaalitkin. Näin STT on nykyään vahvasti läsnä myös yleisölle. STT:n kohdalla olisikin kiintoisaa pohtia sitä, miten online-journalismi on muuttanut STT:n toimittajien työtä – nyt myös heillä on jatkuva julkaisemisen pakko, jotta palvelua verkossa käytävillä olisi koko ajan uutisia, joita julkaista.

7 VERKKOJOURNALISMI TULEVAISUUDESSA

Tässä luvussa palaan hetkeksi verkkojournalismiin yleisellä tasolla. Kuten tutkielman aikana on käynyt ilmi, ei verkkojournalismi ole onnistunut vakiinnuttamaan asemaansa perinteisten viestimien keskellä vajaassa kymmenessä vuodessa, eikä se ole onnistunut luomaan kestäviä rahoitusmalleja. Myös verkko ja journalismi on ollut hieman pulmallinen yhdistelmä ja epäilijät eivät ole uskoneet, että luotettava sisältö pystyttäisiin yhdistämään uusiin välineisiin. Tässä luvussa tartun ensin verkkojournalismin muutamiin tulevaisuuden näkymiin Suomessa ja muualla. Lopuksi katson, miltä tulevaisuus näyttää Helsingin Sanomien Verkkoliitteen osalta.

7.1 VERKKO JA JOURNALISMI – YHDISTÄMISEN VAIKEUDESTA

Verkko on ollut lukijalleen toistaiseksi varsin pinnallinen media. Syy tähän lienee se, että perusotteeltaan verkkojournalismi on ollut lähinnä nopeuteen pyrkivää uutisjournalismia. Toimittajien ammattikunnan parhaimmisto ei myöskään ole mitenkään täysilukuisesti innostunut internetin mahdollisuuksista – kuten käy ilmi myös tässä tutkimuksessa. Tuleeko tilanne sitten muuttumaan?

Helsingin Sanomien toimituspäällikkö Kimmo Pietinen vieraili Yhdysvalloissa syksyllä 2003 tutustumassa sanomalehtien verkkotoimintoihin. Pietisen (2003) huomioiden mukaan valtameren tuolla puolen viestintäyritykset ovat lopettaneet onlinejournalismiin satsaamisen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että onlinejournalismista olisi luovuttu. Sen kohdalla on vain alettu puhua entistä enemmän termillä ”breaking news” eli on alettu korostaa hetkenkohtaisuutta. Muuten verkkouutistoiminta pidetään suunnilleen sellaisena kuin se on nyt: henkilökuntaa ei lisätä, mutta ei lisätä palvelujakaan. Jos uutiskenttään ilmestyy jotain huomattavan tärkeää seurattavaa, sitten verkkopalveluun taas satsataan. Helsingin Sanomat on yhdysvaltalaisen luonnoksen kanssa samoilla linjoilla. Yhdysvaltoihin vertaaminen on kuitenkin hankalaa. Siellä verkkostrategiat voivat olla aivan toisenlaisia, koska englanti on kansainvälisten yhteisöjen kieli ja aivan ylivoimainen kieli netissä. Siksi myös maksullisuudesta on jo hyötyä, koska markkinat ovat niin suuret. Pietinen tosin arvelee, että nykyisissä kustannuksissa pitäytymisestä ja satsauksista luopumisesta olisi tulossa maailmanlaajuinen trendi. Esimerkiksi hän ottaa Ruotsin. *Mä en ymmärrä, miten*

ruotsalaiset voi tehdä niin isolla henkilömäärällä ja tuollaisella volyyymilla pidemmän päälle noita lehtiä verkossa. Erityisesti Aftonbladet. (Pietinen 2003.)

Pietisen arvion mukaan Ruotsissakin joudutaan pian vähentämään väkeä, koska tilanne on vaikea päivälehtimarkkinoilla myös muuten. *Nythän ne on tehneet vähän parempaa tulosta, mutta jossakin vaiheessa tulee omistajien ahneus tai joku, joka kysyy, että miksi me hukataan noin paljon resursseja, eikö ne pitäisi käyttää täällä paperilehdessä? (Emt.)*

Vaikka Yhdysvalloissa ei verkkouutisointi juuri nyt ole mikään erityinen kehityksen kohde, puhutaan myös siellä konvergenssista, jonka tuloksena on yhdistetty tv-kanavia ja sanomalehtiä. Amerikkalainen lehtimaailma on kuitenkin erilainen, koska siellä sekä lehdet että tv-kanavat ovat paikallisia. *New York Times on ainoa, jota voisi ajatella valtakunnallisena sanomalehtenä. Ja eihän se ole minkään televisiokanavan kanssa yhteistyössä eikä varmaan aiokaan olla. (Emt.)*

Käsittelin konvergenssia Suomessa Sanomien ja Nelosen osalta jo aiemmin. Toinen suunta tv-kanavan ja sanomalehden yhdistymisessä on valtakunnallisen tv-kanavan yhteistyö alueellisen printtimedian kanssa. Osa MTV3:n maakuntauutisista on nimittäin esimerkiksi Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien tuottamia. Nelonen tekee yhteistyötä Kalevan kanssa. Maakuntalehdet kyllä saavat tv:n palvelusta rahaa, mutta suurimpana motiivina lehdet kokevat, että on tärkeää varautua tulevaisuuteen opetelemalla tv-työtä, vaikkakaan painetun lehden katoamista ei pelätä. (Hämäläinen 2003). Tuntuu, että sanomalehdet hakevat yhteistyöllä myös näkyvyyttä valtakunnallisella tasolla ja tv-kanavat puolestaan pystyvät yhteistyön avulla vahvistamaan alueellista uutisverkkoaan. Kiinnostavaa on, että yhteistyötä tekevät tahot ovat periaatteessa keskenään kilpailijoita. Yhteistyöstä on kuitenkin sovittu niin, että molemmat välineet pitävät omat skuuppinsa. Tämänkaltainen yhteistyö perustuu vapaaehtoisuuteen eivätkä toimittajat joudu tekemään saman päivän aikana juttua sekä televisioon että sanomalehteen (emt.). Tilanne on siten erilainen kuin internetin kohdalla, jossa yhteistyöorganisaation toimittaja pystyy kohtuullisen pienellä vaivalla auttamaan verkkotoimittajaa tiedonhankinnassa – saman viestimen sisällä.

Yhdysvalloissa monimedia on viety vielä Suomea paljon pidemmälle, ja siitä on esitetty yksi yleispätevä malli Newsplex. Siinä limittäin toimivat niin sanomalehti, verkko kuin televisio. Toimituksen keskipisteenä on uutispöytä, jossa monimedia-

uutispäälliköt hallitsevat tietovirtaa toimitukseen ja eri julkaisukanaville. Toimitus on tarkoitettu palvelemaan erityisesti toimituksen integroitua tiedonhallintaa ja uutisten käsittelyä. Suunnitelmissa välkkyvät myös seinän kokoinen infopaneeli, joka välittäisi tietoa ja mahdollistaisi kommunikoinnin keikalla oleviin toimittajiin. (Heinonen 2002b, 18.)

Newsplex on vasta suunnitelma, ja sen kaltaista järjestelmää tuskin otetaan lähiaikoina käyttöön edes Yhdysvalloissa. Perustelen näkemystäni sillä, että yhdysvaltalainen Boczowski (2004) tutki kolmen suuren yhdysvaltalaisen julkaisun [mm. the New York Times] uutishuoneita ja päätyi siihen, ettei uusi media ole tuonut mukanaan mullistavia muutoksia, vaan verkkomedia on sulauttanut käytäntönsä jo olemassa olleeseen järjestelmään. Boczowski (emt.) korostaa, että online-uutisten tekeminen muuttaakin ennen kaikkea journalismin sisältöä ja erityisesti käyttäjän asemaa. Verkkouutisissa käyttäjä voi vaikuttaa uutisten sisältöön, jolloin uutiset muuttuvat journalistikeskeisistä käyttäjäkeskeisiksi. Näin uutisissa saadaan esiin uusia näkökulmia. Käyttäjä-keskeisyyteen keskittyminen takaa Boczowskin mukaan myös uusia mainostuloja, koska mainokset voidaan entistä paremmin personoida ihmisille sopiviksi. Käyttäjäkeskeisyyden ansiosta myös uutisten paikallisuus lisääntyy ja pienet tahot pääsevät esiin. Näin ei kuitenkaan ole vielä tapahtunut. Syy on Boczowskin mielestä selvä: printtimedian pysyminen voimissaan on pysäyttänyt uuden median kehittämisen.

Verkon tarjoama sisällöllisen uudistumisen mahdollisuutta ei ole vielä alettu hyödyntää, vaan uutisten verkkoversioihin ovat siirtyneet perinteisen journalismin tavat. Näyttääkin siltä, että verkkojournalismin tulevaisuus aukeaa vasta jonkin vuoden kuluttua. Ainakin parin vuoden takainen tutkimus verkkolehtien liiketoimintamalleista osoitti, että julkaisutalot edelleen painottuvat tukemaan enemmän printtilehteä ja teknisiä kokeiluja kuin aidon verkkotuotteen kehittämistä. Tutkimus osoitti myös, että Suomessa on valtava ero kansallisen ja paikallisen tason verkkolehdistä, joissa mukana on myös sellaisia, jotka eivät edes tosissaan yritä pysyä mukana kehityksessä. Jotta verkkolehtien tulovirta kasvaisi, pitäisi alkaa tehdä vakavaa tuotekehittelyä. Tutkimuksen mukaan on kuitenkin vielä liian aikaista sanoa nopeuttaako verkkolehti media-alan keskittymistä, koska markkinat ovat vasta kasvuvaiheessa. (Vesa 2002.) Internet on kuitenkin jo osoittanut, että monet tahot ovat valmiita suuriinkin ponnistuksiin saadakseen sanottavansa esille ja tullakseen kuulluksi.

Tämän on mahdollistanut internetin vapaus. Onkin kiinnostava nähdä, koituuko sääntely ja valvonta tulevaisuudessa myös internetin osaksi. Näin on käynyt niin Yhdysvalloissa, jossa erityisesti verkkoporno on sääntelyvaatimusten alla kuin monissa kehitysmaissa, joissa internetiä on pidetty vaarallisena poliittisten oppositio-ryhmien kehtona. (Aslama & Kivikuru 2001, 298.)

Vuonna 2004 saattaa olla vielä liian aikaista sanoa, kuinka uudet välineet todella tulevat vaikuttamaan journalismin sisältöön ja käytäntöihin. Uutinen tuskin koskaan tulee katoamaan, koska ihmisten tarve tietää ympäröivästä maailmasta säilyy. Siksi verkkolehden keskeinen tuntomerkki internetin valtavassa sisältötulvassa tuskin voi olla mikään muu kuin journalismi, jolla perinteisesti on tarkoitettu tiedon ammatti- maista hankintaa, seulontaa ja muokkausta. Kuitenkin kun internetissä lähteiden, lähettäjien ja vastaanottajien raja hämärtyy, ei uutisen luotettavuus ole aivan itsestään selvää.

7.2 VERKKOLIITTEEN TULEVAISUUS

Lopuksi käyn läpi, miltä näyttää Verkkoliitteen tulevaisuus. Edellä kävi ilmi, ettei ole realistista odottaa Verkkoliitteen resurssien kasvavan. Toimituspäällikkö Pietinen (2003) sanookin olevansa inhorealisti, koska tietää, *ettei ole realistista ajatella, että Verkkoliitteeseen saataisiin lisää toimittajia, jolloin ei ole realista ajatella, että palvelussa pystyttäisiin tekemään yhtään enempää*. Toimituspäällikön suuri haave olisi, että online-uutiset olisi kattava uutispalvelu, josta voisi sanoa sen sisältävän kaikki oikeasti tärkeät uutiset nopeasti ja hyvin tehtynä. *Päästäisiin parempaan käsittelyyn ja parempaan suunnitelmallisuuteen. Pitäisi olla aamusta lähtien selvää mitä kaikkea sinne tulee – yllättäviä uutisia lukuunottamatta.* (Emt.)

Tulevaisuuden tarkastelu keskittyy siis ennen kaikkea laadun parantamiseen, oli se laatu sitten nopeutta tai uutisten sisällöllistä laadukkuutta. Parempi laatu saavutetaan ennen kaikkea kantalehden ja online-toimituksen välisen yhteistyön parantamisella. Verkkoliiteläiset haluaisivat, että online-uutisointi tulisi koko talolle tutuksi käytännöksi. *Kun on jotain uutisen arvoista kerrottavaa, se kerrottaisiin saman tien onlineen puhelimella tai sitten tällä meidän toimitusjärjestelmällä tai miten tahansa. Silloin me saataisiin se uutinen ulos saman tien, eikä aina tarvitsisi kysellä perään.*

(Pasula 2003.) Verkkoliiteläiset haluaisivat myös saada talon omat uutiset [ei skuu-pit] julki aiemmin, jotta niiden ilmestyminen osuisi lukijoiden virka-aikaan. *Jos uutinen saadaan kello 18 tai 19 julki, niin kyllä siinä aika monta lukijaa menetetään. Ihmisillä kun on tapana tsekata uutiset joko lounasaikaan tai töistä lähtiessään.*

(Tyysteri 2003.) Näin myös vältettäisiin STT:n liikakäyttö. Myös Verkkoliitteen toimittajat toivovat kantalehteläisiltä lisää nopeutta. *Toimittajien pitäisi ymmärtää se, että ne jutut pitää tehdä kauhean nopeasti. Pitäisi tähdentää, että riittää hyvin lyhyt versio. Samalla madaltuisi puolivalmiin jutun lähettämisen kynnys.* (H7.)

Verkkoliiteläiset eivät ole kovin toiveikkaita, että yhteistyöstä tulisi joskus rutiinia. *Ihmiset ovat fakkiintuneet omiin tapoihinsa, ja heillä on oma reviiiri eikä kukaan halua tehdä mitään ylimääräistä. Kukaan ei ole nähnyt kokonaisuhyötyä, vaan online-uutiset on edelleen sivupiiirre, jonka joku hörhö on päättänyt.* (H1.) Toiset verkkoliiteläiset uskovat, että toimituksen oma aktiivisuus alkaa pian kääntyä toimintaa vastaan. *Meiltä soitetaan joka päivä juttujen perään, joten kantalehden ihmiset ovat alkaneet ajatella, että jutun voi jättää lojumaan omalle koneelle niin kauaksi aikaa kunnes sitä kysytään* (H10).

Muutamat esimiehistä ovat kuitenkin toiveikkaita rutinoitumisen suhteen. *Ei online lähde pois, mutta vie varmaan vielä toiset kolme vuotta, että se on rutiinia. Se on sama asia, kun ihminen muuttaa paikkakuntaa, niin kymmenen vuoden päästä se on kotiutunut siihen uuteen paikkaan.* (H2.) Toiset esimiehistä uskovat muistuttamisen voimaan. Tärkeänä pidetään sitä, ettei kilpailijoiden syyiin annettaisi työllä ja vaivalla kaivettuja omia uutisia, vaan ne säästettäisiin aamun tunteihin. *Siihen se mulla ainakin kulminoituu tämän hetken tuntemuksissa* (H9). Esimiehet toivovat myös, että yhteistyöstä tulisi molemminpuolista. *Mä miellän sen verkkotoiminnan nimenomaan semmoiseksi, että siellä on molemmin suuntainen trafikki, että lehti syöttää ihmisiä töihin verkkoon ja verkko syöttää ihmisiä töihin lehteen* (H5). Kantalehden toimittajien tulevaisuuden yhteistyötoiveissa korostuu vaivattomuus. *Kaksi asiaa: tehdään se uutisten antaminen helpoksi ja tuodaan esille ne hauskat puolet, jotka siinä on, että me voidaan pienillä uutisvoitoilla piristää sitä omaa uutispäivää* (H11). Myöskään työmäärä ei saisi lisääntyä, koska toimitukseen ei saada lisää ihmisiä eikä resursseja. Kantalehden toimittajien mielestä olisi myös tärkeää, että mahdollisimman paljon tiedettäisiin jo aamusta, mitä pitää itse tehdä onlinen hyväksi.

Jos resurssit eivät olisi ongelma, verkkoliiteläiset itse haluaisivat lisätä sivuilleen elämyksellistä aineistoa. *Ei välttämättä webortaasin laajuisia, mutta jotain sen tyyppistä, millä voisi houkutella lukijoita sinne sivuille* (Pasula 2003). Yksi mahdollisuus olisi myös kerätä erilaisia paketteja, joissa olisi hakumahdollisuus. Myös asiallista keskustelupalstaa on harkittu, mutta suunnitelmista on luovuttu, koska se vaatisi taas paljon resursseja ja sitä pitäisi myös monitoroida. Asiaan on vaikuttanut myös se, että Nyt.fi:ssä on sellainen. *Toisaalta se Nytin keskustelu on eri tyyppinen kuin se olisi meillä Verkkoliitteessä* (emt.).

Yksi selkeä tulevaisuuden toive liittyy sekä kantalehden että Verkkoliitteen puolella matkapuhelinuutisiin. *Meillä on hyvät omat [online-]uutiset, mutta minkä takia me maksetaan STT:n mobiilipalvelusta, eikä saada oman onlinen uutisia tohon kännykkään. Se palvelu voisi vahvistaa noiden online-uutisten asemaa*, eräs kantalehden esimies (H15) miettii. Toiveesta on tietoinen myös toimituspäällikkö. *Ne on olleet harkinnassa. Viimeksi on päätetty, ettei enää mennä SMS-tekniikassa tarjoamaan uutispalvelua, vaan tehdään MMS-palvelu – ehkä ensi vuoden aikana.* (Pietinen 2003.) Asia jäi aikanaan pöydälle, kun Verkkoliitteen supistukset alkoivat, ja kaikki muu kuin perusuutispalvelu muuttui toisarvoiseksi. Matkapuhelinuutiset koetaan kuitenkin puutteeksi, vaikkakin niistä tulisi online-toimitukselle jonkin verran lisää työtä. *Mobiiliuutisten tuloon ei kuitenkaan oikein jakseta uskoa. Mä luulen, ettei sillä olisi niin paljon käyttäjiä, että se olisi taloudellisesti kannattavaa. Kaikkea ei voi tehdä, mikä ei kannata.* (H10.)

Verkkoliitteen ja kantalehden suhteeseen tulevaisuudessa vaikuttaisi ennen kaikkea se, jos Verkkoliitteen tehtävät ja linjat määriteltäisiin. Kuten läpi tämän työn on käynyt ilmi, varsinaista linjausta ei ole koskaan tehty, vaikka sitä haluttaisiin. Joulukuussa 2003 toimituspäällikkö Pietinen lupasi puuttua kevään 2004 aikana linjattomuuteen. *On ollut melkein huono omatunto siitä, että se [online] pyörii omillaan. Mutta on helppo käyttää aikansa kaikkeen muuhun ja tämä paperilehden uudistus on aika paljon teettänyt töitä. Jos nyt kevättalvella olisi taas vähän enemmän aikaa, niin pitäisi tehdä ne pelisäännöt selviksi.* Aika ei kuitenkaan siihen riittänyt (Pietinen 2004). Pietinen (2003) haluaisi kuitenkin pystyä käyttämään enemmän työaikaansa matkasaarnaamiseen – patistaa ihmisiä arvovallan avulla yhteistyöhön. Tärkeintä olisi selkiyttää onlinen tehtävä, sen tavoitteet ja päämäärät ja sitouttaa organisaatio. Linjauksen pitäisi olla sellainen, että sekä online-toimitus että muu toimitus voisi

nämä päämäärät ja tavoitteet allekirjoittaa. Koko lehden tasolla pitäisi myös päättää jatketaanko onlinein kehittämistä: mikä sen rooli ja funktio on. *Sähköinen uutisvälitys on sumuinen maailma. Jos ajatellaan lehden kannalta, niin en tiedä, mikä se merkitys on siinä, että me näytään verkkomaailmassa niille ihmisille, joista me halutaan sanomalehtenä pitää kiinni.* (H15.)

Verkkotoiminta ja online-journalismi on siis ainakin Helsingin Sanomissa saavuttanut keväällä 2004 jonkinlaisen pisteensä, joka myötäilee alan yleistä kehitystä Yhdysvalloissa. Verkkoa ei enää kehitetä määrällisesti, mutta laadullisesti edelleen. Pietisen (2003) ennustuksen mukaan menee vielä viidestä kymmeneen vuotta ennen kuin töihin tulee sellainen sukupolvi, jolle verkko on ollut aina arkipäivää. Vasta tuolloin voi olettaa, että verkkojulkaiseminen alkaa muuttua normaaliksi toiminnaksi, jolloin myös sisältöasioihin voidaan alkaa keskittyä. *Mä en vähättele verkkojulkaisemista nytkään. Se on olennainen osa taloa. Siinä pitää olla tietty määrä ihmisiä töissä, jotta se voidaan hoitaa hyvin. Mutta nyt ei voida tehdä laajennuksia tai palkata kymmenen ihmistä lisää.* (Emt.) Suomessa edetään hitaammin kuin Yhdysvalloissa, koska siellä sanomalehdet ovat olleet mukana verkkojulkaisemisessa paljon aikaisemmin ja osaaminen on jo vahvaa. *Siellä on paremmin mennyt läpi lehtien kulttuurissa se, että verkkoa pitää avustaa toimituksen sisältä* (emt.).

Helsingin Sanomissa uskotaan tulevaisuudessakin ennen kaikkea paperiviestinnän voimaan. Lehden vastaava päätoimittaja Janne Virkkunen kirjoitti HS:n uudistusliitteessä syyskuussa 2003:

On kaikki syy uskoa, että ihmisen kasvuun kuuluva elämäntavan vakiintuminen johtaa taloudellisten olosuhteiden paranemiseen ja tiedontarpeen kasvuun, jota tyhmistyvä televisio tai kaoottinen verkko ja kehittyvät laajakaistapalvelut eivät pysty täyttämään. [...] Helsingin Sanomat haluaa vastedeskin olla yhteiskunnallisen keskustelun herättäjä ja yhteiskunnallinen uudistaja. Siihen tehtävään sopii parhaiten uudistuva sanomalehti. (Virkkunen 2003.)

Virkkunen ei kuitenkaan asetu sanomassaan Verkkoliitettä vastaan, sillä hän huomauttaa, että myllerryksessä pärjätään sanomalehdellä, joka ilmestyy myös internetissä.

8 LOPUKSI

Tässä tutkimuksessa tutkin Helsingin Sanomien Verkkoliitteen ja kantalehden suhdetta. Tarkastelin aihetta kolmesta eri näkökulmasta, joita olivat *organisaatio*, *toimitustyö* ja *sisältö*. Näkökulmat menivät osin päällekkäin. Näkökulmia taustoitin luvuilla 3 ja 7, joista ensimmäinen oli historiallispainotteinen ja jälkimmäinen tulevaisuuskeskeinen. Näkökulmissa pääpaino oli haastateltujen hesarilaisten mielikuvissa, tiedoissa ja asenteissa.

Kuinka sitten onnistuin? Tarkastelen tilannetta ensin metodisesti. Tässä työssä tutkimusasetelma, tutkimusmenetelmä ja analyysitapa tukivat toisiaan. Tutkimusmenetelmällä sain kerättyä laajan ja monipuolisen aineiston. Aineisto oli kooltaan riittävä, sillä tein haastatteluja kaikkiaan 18, ja niihin osallistui niin toimitusten alaisia kuin esimiehiäkin. Arvioitaessa haastatteluaineiston kylläntymistä, voin todeta, että tietyt asiat, kuten online-toimittajan työtehtävät toistuivat saman suuntaisina lähes kaikissa haastatteluissa, mutta silti jokainen haastattelu onnistui tuomaan uusia puolia asiaan. Haastatellut edustivat koko työyhteisöä ja heillä oli myös suhteellisen samanlainen kokemus tutkittavasta asiasta eivätkä esimiesten ja alaisten roolit tulleet haastatteluaineistossa selvästi ilmi. Silloin kun esimiehen rooli tuli voimakkaammin esiin, esiintyi haastateltu omalla nimellään. Teemoittelun valinta analyysitavaksi oli mielestäni perusteltua, koska näin sain nostettua aineiston sisällölliset teemat esiin. Teemat tukivat osittain myös historiallis-teoreettisia näkemyksiä verkkoviestinnän tuomista muutoksista, minkä näen tässä tapauksessa tutkimuksen luotettavuutta vahvistavana tekijänä.

Omat taustatietoni aiheesta ja etenkin työkokemukseni Verkkoliitteestä auttoivat ymmärtämään ja tulkitsemaan vastauksia. Toisaalta puutteellinen kokemukseni kantalehden puolelta ajoi tutkimusta enemmän Verkkoliitteen suuntaan. Minulla oli myös ennakko-oletuksia siitä, mitä verkkoviestintä on aiheuttanut kantalehden toimittajien ja esimiesten työlle. Lievältä subjektiivisuudelta ei kuitenkaan olisi tässä työssä voinut välttyä, koska omat kokemukseni ja ennakko-oletukseni olivat ylipäätään lähtökohta koko tutkimukselle. Puutteellinen kokemukseni kantalehdestä auttoi toisaalta avaamaan silmiäni ja koen, että haastattelujen ja tämän tutkimuksen avulla ymmärrän enemmän asioita nyt myös kantalehden näkökulmasta. En ollut tämän tutkimuksen aikana varsinaisessa työkontaktissa Verkkoliitteeseen, joten on-

nistuin pysymään tutkimuksessa ulkopuolisena. Siitä oli myös hieman haittaa, sillä en näin ollut automaattisesti ajan tasalla alati muuttuvista tilanteista ja ohjeista. Alun perin pyrkimykseni oli käyttää tutkimuksessa esimerkkinä useampaa organisaatiota, mutta yhteen tapaukseen rajoittuminen tuntui lopulta gradun kokoisen työn kohdalla viisaammalta. Yhteen tapaukseen rajoittuminen aiheuttaa kuitenkin sen, ettei tutkimuksen huomioita voida mitenkään yleistää.

Mikä on sitten tämän työn tulos? Tutkimuksen tarkoitus ei alun perinkään ollut se, että tutkimuksen lopuksi pystyisin täsmällisesti vastaamaan kysymykseen ”Millainen kantalehden ja Verkkoliitteen suhde on?” täsmällisesti. Kysymystä suhteesta pyörittelin sen sijaan eri näkökulmista, jotka olisivat voineet olla myös muut kuin nyt valitsemani. Huomasin heti tutkimuksen alkuvaiheessa, että suhdetta olisi vaikea määrittää – näin siksi, että Helsingin Sanomissa ei ole ollut mitään erityistä ”ongelmaa” kantalehden ja Verkkoliitteen välillä. Verkkoliitteen asema suhteessa kantalehteen on heikko ainoastaan siksi, että se on uusi. Ihmiset eivät ole vielä tottuneet siihen, eivätkä sopeutuneet uudenlaisen median tuomiin uusiin vaatimuksiin. Tulevaisuudessa tilanne on varmasti toinen, kun verkkoviestintä itsessään on vakiinnuttanut asemansa, samoin kuin myös Verkkoliite, jota tuskin Helsingin Sanomista poistetaan.

Verkkoliiteläisiä tutkimukseni on kiinnostanut kovasti – erityisesti he odottavat pääsevänsä lukemaan, mitä heistä on sanottu. Tällä hetkellä on vaikea arvioida, millaista muuta hyötyä tutkimuksesta on Helsingin Sanomille. Tutkimuksen tavoitteena kun ei ollut varsinaisesti muuttaa mitään tai ratkaista jotain. Työni ei myöskään osunut mihinkään tiettyyn muutosvaiheeseen vaan tutkimusajankohta oli täysin sattumanvarainen. Työ onnistui kuitenkin osumaan varsin kiinnostavaan ajanjaksoon. Online-utiset ovat olleet varsin staattisessa tilassa aina perustamisestaan, syksystä 2000, asti. Pieniä ongelmia esimerkiksi yhteistyön tekemisessä ja tavoitteissa on syntynyt, mutta mitään erityistä ei asioiden kuntoon saamiseksi ole tehty. Näin kai lähinnä siksi, etteivät ongelmat ole olleet mitenkään katastrofaalisia eikä arjen edetessä painollaan varsinaisia linjauksia ole saatu aikaiseksi kirjata. Mutta talvella 2003–2004 tilanteeseen alettiin kyllästyä niin kantalehdessä, Verkkoliitteessä kuin johtoportaan ja yksi lehden toimituspäälliköistä oli myös luvannut itselleen tarttua toimeen keväällä 2004. Nyt kesän korvalla 2004 linjaukset ovat kuitenkin yhä kirjoittamatta ja toimintaohjeet selkiyttämättä (Tyysteri 2004; Pietinen 2004).

Koko tämän pro gradu -työn lopuksi rohkenen esittää muutaman oman mielipiteen Helsingin Sanomien kantalehden ja Verkkoliitteen suhteesta. Toimikoot ne jonkinlaisena tuloksena ja pisteenä tälle opinnäytteelle.

Verkkoliitteen asemaan vaikuttaa mielestäni ennen kaikkea se, että se on uusi. Se on siis edelleen vakiintumaton ja sen tehtävä Helsingin Sanomissa on kaiken lisäksi epäselvä. Yleisestihän online-uutisilla on toki selkeä tehtävänsä – reaaliaikainen uutisointi, jolla sanomalehdet lyövät kampoihin radiolle ja televisiolle [joilla on tätä nykyä myös omat online-uutisensa]. Sanomalehden yhteydessä oleva uutispalvelu on kuitenkin aina väkisin myös peilauspalvelu, joka käyttää osana online-uutisiaan lehden valmista materiaalia, ja näin sen on toimittava päätuotteen eli kantalehden ehdoilla niin kauan kuin siitä tulee itsenäinen päätuotteen veroinen kilpailuvaltti – eli tuskin koskaan.

Helsingin Sanomissa Verkkoliitteen asemaan vaikuttaa voimakkaasti uutuuden lisäksi myös menneisyys. Kun vanha Verkkoliite lakkautettiin ja ylipanostukset jäivät pois, tilanne parani kantalehden ja Verkkolehden suhteen merkittävästi. Taus-talla kuitenkin kummittelee verkkoviestinnän kasvun vuosina tehdyt sijoitukset, jotka eivät kannattaneet. Itse en ollut tuolloin vielä minkäänlaisessa suhteessa Helsingin Sanomiin, mutta on helppo ymmärtää, että sanomalehden toimittajat katkeroituivat, kun heidän reviirilleen tuli jotain sellaista, jota he eivät suoralta kädeltä pystyneet hyväksymään. Kuulemani mukaan Verkkoliite joutuikin toimimaan varsin yksin aina supistusvuoteen 2001 asti. Tuolloin kantalehden toimittajilla alkoi vasta olla selkeämpiä motiiveja tukea verkon toimintaa, kun he näkivät kuinka pienellä porukalla online-uutisia pyöritetään. Kantalehden toimittajien ja esimiesten pitäisikin nyt pystyä irrottautumaan menneestä. Asema parantuisi varmasti myös vuorovaikutuksen lisäämisellä. Jos joitakin tehtäviä pystyttäisiin toimituksissa jakamaan onlinen kanssa, tulisi siitä tarpeellinen myös käytännön työn tasolla. Asema parantuisi myös linjauksen myötä. Jos ja kun tällainen linjaus joskus tehdään, tarvitsee sen toimeenpano toteutuakseen jälleen uuden muutoskauden, mikä varmasti pitkittää Verkkoliitteen vakiintumista, mutta tuolloin Verkkoliitteen olemassaolo olisi ainakin perusteltua. Asemaa vahvistettaessa ei pidä myöskään unohtaa Verkkoliitteestä kertomista talon sisällä. Vahvistavaa toimintaa olisi myös ihmisten ”pakottaminen” muutamaksi tunniksi online-deskiin, jolloin käytännön työn näkemisen myötä toimittajien suhtautuminen ”ylimääräiseen” yhteistyöhön muuttuisi kenties suopeammaksi.

Helsingin Sanomissa on lähtökohdaksi otettu, että Verkkoliite on osasto muiden joukossa, joten Verkkoliitteen paikkaa koko talon organisaatiossa tuskin tullaan muuttamaan lähiaikoina. Olisi kuitenkin otettava huomioon, että Verkkoliite ei ole aivan samanlainen toimitus kuin muut, koska sen pitää pystyä toimimaan kaikkien kanssa eikä se ole missään tapauksissa aivan itsenäinen. Sitä paitsi, jos Verkkoliite olisi osasto muiden joukossa, se otettaisiin osaksi jokapäiväistä toimitusketjua, jossa se olisi mukana normaalina uutistoimituksena, jota myös muut toimitusosastot voisivat hyödyntää. Se saisi näin myös säännöllistä jokapäiväistä palautetta. Tilanne olisi luonnollisesti toisenlainen, jos Verkkoliitteestä päätettäisiin tehdä Helsingin Sanomien oma uutistoimisto. Helsingin Sanomien tapauksessa tuntuukin, että asema osana organisaatiota vaikuttaa ainoastaan ulospäin – Verkkoliite hyötyy ja saa lukijoita vahvan taustabrändin avulla.

Mutta vaikka verkkojulkaisut ovat sanomalehden rinnalla edelleen peilauspalveluja, ei peilausta saa käyttää väärin ja pitää verkkoa vain puffipaikkana. On yleisön kiusaamista laittaa verkkoon jutusta kaksi riviä – ne epäolennaiset – ja kirjoittaa, että lue lisää siitä ja siitä julkaisusta. Helsingin Sanomissa puffaus on pysynyt mielestäni kohtuullisena, mutta esimerkiksi Ilta-Sanomien kohdalla tilanne on riistäytynyt käsistä.

Yksi merkittävä asia Verkkoliitteen ja kantalehden suhteessa on keskinäinen arvostus. Pitkin tätä tutkielmaa on käynyt ilmi, ettei Verkkoliitteen arvostus ole kovin korkea kantalehteläisten silmissä. Mutta pitää muistaa, että arvostukseen vaikuttavat myös online-toimittajien omat asenteet. Koska online on ansaittava arvostuksensa, on siellä työskentelevien ihmisten näytettävä selkeästi, että he pitävät työstään ja kunnioittavat sitä. Oma työpäntään ei saa vähätellä. Asiaan vaikuttaa mielestäni ennen kaikkea se, että verkkotoimittaminen on oma erikoisalueensa, josta vallitsevat käsitykset vaihtelevat hyvin paljon. Olen itsekin työstä monta mieltä – ajoittain online-toimittajan tehtävä on uutistehdastyötä ja liukuhihnalla istumista pahimmillaan. Mutta plussiakin löydän: Työssä on koko ajan kiire ja vaatimus oikeellisuuden ja tarkkuuteen on kova. Usein myös ajatellaan, että tekniikan osaaminen kuuluu online-työhön, mutta periaatteessa tekniikka ei vaikuta. Toisaalta toimitusjärjestelmät aiheuttavat usein sydämentykytystä – verkkomaailmassa parinkymmenen minuutin katkos kun on pitkä. Pidän kiinnostavana sitä, että verkkotoimintaa pyörittävät omat ihmiset, vaikka monimedialin tulo on nimenomaan yhdistänyt työ-

tehtäviä. Verkkotoimittaminen on, erikoista kyllä, eriytynyt omaksi saarekkeekseen. Ehkä siksi myös Verkkoliitteen ja kantalehden suhde on ollut hieman epämääräinen.

Katson, että asennoituminen on helpompaa konsernijournalismissa ja esimerkiksi tv:n ja sanomalehden yhteistyössä, jolloin ihmiset ovat ikään kuin vain joutuneet vapaaehtoisesti laajentamaan työkenttäänsä uuteen suuntaan. Konsernijournalismissa molemmat osapuolet hyötyvät toisistaan eikä ilmassa ole periaatteessa minkäänlaista kilpailua. Näkisinkin, että sanomalehden on helpompi tukea tulevaisuudessa tv:n tai radion kanssa tehtävää yhteistyötä kuin omaa online-toimitustaan. Näin voi sanoa, että konsernijournalismi on tulevaisuutta, mutta sanomalehden velvoittaminen verkkojournalismiin ei. Siten mainoslause – *Meillä online-palveluun osallistuu 300 uutistoimittajaa* – on myös tulevaisuudessa utopiaa. Tuskin mitään verkkosanomalehteä pystytään koskaan järjestämään niin, että mukana olisi koko toimituksen yhteistyöpanos. Mielestäni sitä ei voi kantalehden toimittajilta jatkuvasti edes vaatia. En väheksy yhteistyötä, vaan toivon esimerkiksi keskeneräistä materiaalia luovutettavan yleisemmin. Ymmärrän kuitenkin asian niin, että hyviin online-uutisiin tarvitaan myös hyvä oma verkkotoimituksensa, joka tehokkaimmillaan olisi järjestetty uutistoimistomallilla, jossa verkkotoimitus tuottaisikin materiaalia muille osastoille eikä toisinpäin kuten nykyisin tehdään. [ks. myös luku 4.5].

Online-uutiset tulevat pitämään paikkansa, koska yleisö kaipaa reaaliaikaista uutisointia. Internet on reaaliaikaisuuteen juuri oikeanlainen väline, ja useimpien ihmisten on helppo ottaa se haltuun. Verkkouutisten lukeminen vaatii kyllä aktiivisuutta, mutta on tekstimuotoisuuden ansiosta ihmisille tuttu. Ja esimerkiksi Helsingin Sanomien käyttöliittymä on mielestäni hyvä ja selkeä – useimmiten myös sivulla olevat online-uutiset ovat tarpeeksi lyhyitä ja helppolukuisia. Uskon ihmisten olevan kiinnostuneita online-uutisista myös siksi, että niiden kohdalla valinnanvapaus on todellinen – kaikkea ei todellakaan ole pakko lukea.

Verkkoviestinnän ylipäättään tulisi jatkossa mielestäni keskittyä siitä esitettyihin visioihin, erityisesti demokratian lisäämiseen ja yleisösuhteen kehittämiseen. Toisaalta vasta verkkoviestinnän myötä joihinkin asioihin on alettu kiinnittää huomiota, joten myös ne ovat uusia. Myös multimedialla on tulevaisuutensa osana verkkojournalismia, mutta sanomalehtien yhteydessä tehtyjen ”teosten” kohdalla on hyväksyttävä se, että yleisö löytää ne parhaiten sanomalehdessä julkaistujen aiheeseen

liittyvien juttujen kautta. Verkkotoimitukset voisivat siis hyödyntää markkinoinnissaan päätuotetta eli sanomalehteä. Yleisön on puolestaan hyväksyttävä se, että internet ei ole vain maksuton media, vaan sieltä löytyvät lehdet voivat olla myös maksullisia – aivan kuten televisiosta maksetaan lupamaksuja ja lehdistä tilausmaksuja. Maksullisuudesta ei kuitenkaan saa tulla verkkolehdlle itseisarvo, vaan esimerkiksi online-palvelut täytyy pitää myös jatkossa maksuttomina. Verkossa kokonaisena julkaistava sanomalehti saa sen sijaan olla maksullinen – tuolloin sen on kuitenkin oltava täysin sama tuote kuin paperisena. Reaaliaikaisia online-uutisia ei ole syytä tehdä maksullisiksi, koska verkon käyttäjät löytävät vielä pitkään samat uutiset jostain muualta maksuttomina. Verkkomainontaan on myös alettava sijoittaa varoja ja suunnittelua ja uskottava, että sivuilla riittää kävijöitä. Uskon, että pikkuhiljaa myös internetiin keksitään toimivia mainosratkaisuja ja näin yhä useampi ihminen voi nähdä verkkoviestinnässä yhtäaikaan syvällisen tiedonlähteen, potentiaalisen mainoskanavan sekä uudenlaista demokratiaa ja viihdettä. Varmaa on, että verkkoviestintä on muuttanut journalismia ja yleisöltä vaaditaan yhä kriittisempää otetta.

Tämä tutkimus tarttui pieneen osaan verkkoviestinnän tutkimusta. Uskon, että tutkimuksesta olisi tullut mielekkäämpi, jos olisin tutkimuksen yhteydessä verrannut, miten verkkouutiset ovat asettuneet perinteiseen organisaatioon muualla maailmassa. Ihanteellinen vertauskohta olisi esimerkiksi Ruotsi, jossa verkkoviestintään on selkeästi panostettu enemmän kuin Suomessa sekä edelläkävijä Yhdysvallat, jonka perässä me verkkoviestinnän suhteen tulemmme. Vertailuun ei kuitenkaan pro gradun kokoisessa työssä ja tämän työn luonteen takia ollut mahdollisuutta. Siihen tarttukoön ken tahtoo, sillä verkkoviestinnän piiristä löytyy varmasti tutkittavaa.

LÄHTEET

ASLAMA, Minna ja Kivikuru, Ullamaija 2001: Tyyntä myrskyn edellä? Teoksessa NORDENSTRENG, Kaarle ja WIIO, Osmo A. (toim.) 2001: Suomen mediamaisema s. 277–299. WSOY, Helsinki.

AULA, Pekka 1999: Organisaation kaaos vai kaaoksen organisaatio? Dynaamisen organisaatioviestinnän teoria. Loki-kirjat, Helsinki.

BOCZOWSKI, Pablo 2004: Redefining the News Online – The Reconstruction of News in the Online Environment. Online Journalism Review. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa) <<http://ojr.org/ojr/workplace/1075928349.php>>. Luettu 26.2.2004.

BRUUN, Mikko; KOSKIMIES, Ilkka; TERVONEN, Ilkka 1986: Uutisoppikirja. Tammi, Helsinki.

DROK, Nico 1998: Local and Regional Journalism in Europe. EJTA, Bern.

ESKOLA, Jari ja SAARELA-KINNUNEN, Maria 2001: Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus? Teoksessa AALTOLA, Juhani ja VALLI, Raine (toim.) 2001: Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodin valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalla tutkijalle, s. 158–169. PS-kustannus, Jyväskylä.

HAMMARSTEN, Heidi; KORHONEN, Riitta; OLLIKAINEN, Hannu 1999: Talouselämän työkiertolaiset. Teoksessa MAASILTA, Mari (toim.) 1999: Journalismin muutoskaruselli, s. 88–95. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

HEINONEN, Ari 1998: Raportteja verkkojournalismista. Journalismin tutkimuksen ja kehitystyön yksikön raportti. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C 25/1998, Tampere.

HEINONEN, Ari 1999a: Into, antaumus – ja tehokkuus. Teoksessa MAASILTA, Mari (toim.) 1999: Journalismin muutoskaruselli, s. 4–12. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

HEINONEN, Ari 1999b: Journalism in the age of the net. Changing Society, Changing Profession. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopiston julkaisuja.

HEINONEN, Ari 2002a: Joukkotiedotuksesta moniviestintään. Teoksessa RUUSUNEN, Aimo (toim.) 2002: Media muuttuu. Viestintä savitauluista kotisivuihin, s. 160–183. Gaudeamus, Helsinki.

HEINONEN, Ari 2002b: Lehdestä moneksi. Monimediajournalismin koulutustarve sanomalehdessä. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

HELLE, Merja 2002: Journalistisen työn tutkimus: musta aukko tiedotustutkimuksessa. Tiedotustutkimus 4/2002, s. 81–94. Tiedotusopillinen yhdistys TOY ja Nordicom.

HELSINGIN SANOMIEN TUOREIMMAT UUTISET:
<<http://www.helsinginsanomat.fi/tuoreet/>>.

HELSINGIN SANOMIEN VERKKOLIITE: <<http://www.helsinginsanomat.fi>>.

HERKMAN, Juha 2003: Konvergenssi muuttaa kaiken? Teoksessa VEHKALAHTI, Pertti (toim.) 2003: Journalismikritiikin vuosikirja 2003, s. 151–157. Tiedotusopillinen yhdistys TOY ja Nordicom.

HIRSJÄRVI, Sirkka ja HURME, Sirkka 2000: Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino, Helsinki.

HUOVILA, Tapani 2001: Uutinen eri välineissä. GSM-sähkeestä taustajuttuun. Inforviestintä, Vantaa.

HÄMÄLÄINEN, Katri 2003: ”Monimediaisuus varautumista tulevaan” Kaleva ja Keski-suomalainen aloittavat uutisyhteistyön TV:n kanssa. Suomen Lehdistö 2/2003. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa) <<http://www.sanomalehdet.fi/suomenlehdisto/0302/030202.shtml>>. Luettu 26.4.2004.

IBM 1998: Helsingin Sanomat julkaisee videomainoksia internetissä. Saatavilla www-muodossa <<http://www-5.ibm.com/fi/news/archive/1998/uureal.html>>. Luettu 26.2.2004.

JOURNALISTI 1999: Journalistin 75-vuotisjuhlanumero, pääkirjoitus, s. 3.

KASVIO, Antti 1990: Työorganisaatioiden tutkimus ja niiden tutkiva kehittäminen. Kirjallisuuskatsaus. Työelämän tutkimuskeskus, Tampere.

KERÄNEN, Esko 1984: Muuttuva työnkuva. Toimitustyön differentioitumiskehitys Suomen sanomalehdistössä. Suomen sanomalehdistön historia, julkaisuja n:o 24.

KIVIKURU, Ullamaija 1995: Journalismin tutkimus. Teoksessa SANA, Elina (toim.) 1995: Tieto-opista mediapeliin – journalismin tutkimuksen näkökulmia, s. 93–120. WSOY, Helsinki.

KIVIRANTA, Laura 2001: Sanomalehtien verkkojulkaisut 2001. Tutkimus sanomalehtien verkkojulkaisujen toimituksellisista resursseista ja sisällöistä. Sanomalehtien liitto, Helsinki.

KORHONEN, Johanna 2001: Journalismi muuttuvassa viestintämaisemassa. Alustus luentosarjassa Mediaetiikan kipupisteet 22.11.2001. Tampereen yliopisto. Teoksessa NORDENSTRENG, Kaarle ja HEINONEN, Ari (toim.) 2002: Mediaetiikan kipupisteet, s. 108–111. Tampereen yliopiston julkaisuja.

KUUSISTO, Päivi ja SIRKKUNEN, Esa 1999: Journalismi uuden kynnyksellä. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

KUUTTI, Heikki ja PURO, Jukka-Pekka 1998: Mediasanasto. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä.

LEPPÄNEN, Anneli ja TUOMIVAARA, Seppo 2002: Työn ja hyvinvoinnin muutokset journalistisessa työssä 15 vuoden aikana. Teoksessa LEPPÄNEN, Anneli (toim.) 2002: Työ ja ihminen, s. 205–223. Työterveyslaitos, Helsinki.

- LEVIKINTARKASTUS 2004: Sanomalehtien LT-levikit 2003. Saatavilla www-muodossa
<<http://www.levikintarkastus.fi/Levikintarkastus/tilastot/Sanomalehdet.pdf>>. Luettu 23.4.2004.
- MEDIANETTI 2003: Helsingin Sanomien Verkkoliite on laajentunut. Uutinen medianetissä 10.10.2003. Saatavilla www-muodossa
<<http://medianetti.helsinginsanomat.fi/tiedotteet/1065352116293>>. Luettu 26.2.2004.
- MERVOLA, Pekka 1998: Suomalaiset ovat sanomalehtien lukijakansaa. Teoksessa PERKO, Touko ja SALOKANGAS, Raimo (toim.) 1998: Kymmenen kysymystä journalismista, s. 59–78. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä.
- METSÄMÄKI, Mikko 2004: Internyt! Markkinointi & Mainonta 19.2.2004. Saatavilla www-muodossa <http://www.marmai.fi/doc.te?f_id=549901>. Luettu 26.4.2004.
- NUMMINEN, Petteri 1998: Hetkiä Verkkoliitteen äärellä – Kaksi vuotta on pitkä ikä verkkojulkaisulle. Saatavilla www-muodossa
<<http://www2.helsinginsanomat.fi/klik/arkisto/1998toukokuu/980517klik40historiikki.html>>. Luettu 26.2.2004.
- NÄRÄNEN, Pertti 2003: Talous keskittyy, sisältö yhdentyy? Mediakonvergenssi Suomessa. Teoksessa VEHKALAHTI, Pertti (toim.) 2003: Journalismikritiikin vuosikirja 2003, s. 158–168. Tiedotusopillinen yhdistys TOY ja Nordicom.
- OJALA, Esko 1990: Toimituksen organisaatio ja toimittajien motivointi. Suomen Lehdistö 2/1990, s. 24–26. Sanomalehtien liitto, Helsinki.
- PASULA, Susanna 2002: Verkkodokumentin ilmaisukeinot – *Kummitus* dokumenttielokuvan, valokuvan ja hypermedian risteyksessä. Tiedotusopin journalistinen pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. Saatavilla www-muodossa <<http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu00141.pdf>>.
- PAVLIK, John Vernon 2001: Journalism and New Media. Columbia University Press, New York.
- PENTTILÄ, Pauliina 2001: Pomona toimituksessa. Uutis- ja toimituspäälliköiden roolit ja tehtävät pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 99/2001, Tampere.
- PERKO, Touko 1998: Media on nykypäivän kirkko ja raamattu? Teoksessa PERKO, Touko ja SALOKANGAS, Raimo (toim.) 1998: Kymmenen kysymystä journalismista, s. 9–38. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä.
- PICARD, Robert R. 2002: The Economics and Financing of Media Companies. Fordha, University Press, New York.
- RE: 2003: Mikä nimeksi krapulaiselle alalle? Keskustelu verkon keskustelu, alkanut 19.5.2003. Saatavilla www-muodossa
<<http://www.rekakois.com/keskustelu/showthread.php?threadid=402&articleid=615>>. Luettu 12.3.2004.

- RENTOLA, Marketta 1999: Uskalla olla esimies. Teoksessa MAASILTA, Mari (toim.) 1999: Journalismin muutoskaruselli, s. 54–63. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.
- RIDELL, Seija 1999: Verkkoviestinnän haasteet journalismin yleisösuhteelle – tapaus Locality-hanke. Teoksessa MAASILTA, Mari (toim.) 1999: Journalismin muutoskaruselli, s. 128–141. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.
- RISSANEN, Riitta; SÄÄSKI, Kaija; VORNANEN, Jouni 1996: Uudistuvat organisaatiot – käsikirja organisaatioista ja henkilöstöjohtamisesta. Pohjois-Savon ammattikorkeakoulun julkaisuja 1, Pieksämäki.
- SANOMAOSAKEYHTIÖN HISTORIA 2004. Saatavilla [www-muodossa](http://www.sanoma.fi/historia/) <<http://www.sanoma.fi/historia/>>.
- SASSI, Sinikka 2003: Verkkoviestinnän lyhyt tulevaisuus. Virkaanastujaisesitelmä Helsingin yliopistossa 14.5.2003. Tiedotustutkimus 4–5/2003, s. 102–107. Tiedotusopillinen yhdistys TOY ja Nordicom.
- SAURI, Tuomo 2000: Joukkoviestintä ja uusi teknologia. Teoksessa Joukkoviestimet 2000, s. 235–248. Tilastokeskus, Helsinki.
- SAURI, Tuomo 2002: Digitaaliset joukkoviestimet. Teoksessa Joukkoviestimet 2003, s. 307–320. Tilastokeskus, Helsinki.
- SEDERHOLM, Eeva 2002: Juttukierrätystä ja konsernijournalismia. Teoksessa Touko PERKO; Raimo SALOKANGAS; Heikki LUOSTARINEN (toim.): Median varjossa, s. 48–65. Mediainstituutti, Jyväskylän yliopisto.
- STEPHENS, Mitchell 1998: Which Communications Revolution is it, anyway? Journalism and Mass Communication Quarterly 75/1, Spring 1998, s. 9–13.
- SUOMEN GALLUP-WEB: Suomen Web-sivustojen viikkoluvut. Saatavilla [www-muodossa](http://www.gallupweb.com/redmeasure) <<http://www.gallupweb.com/redmeasure>>.
- TAHKOKALLIO, Sirpa 1996: Verkkolehden toimituksella läheinen suhde lukijaan. Suomen Lehdistö 12/1996. Saatavilla [www-muodossa](http://www.sanomalehdet.fi/suomenlehdisto/129602.html) <<http://www.sanomalehdet.fi/suomenlehdisto/129602.html>>. Luettu 20.2.2004.
- TIETOA STT:stä 2004. Saatavilla [www-muodossa](http://www.stt.fi/yleiset/stt.php) <<http://www.stt.fi/yleiset/stt.php>>.
- TUORILA, Helena 2004: Yli 50-vuotiaat Internet-palvelujen käyttäjinä. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki. Saatavilla [www-muodossa](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/docs/julkaisu_2004_2_yli_50.pdf) <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/docs/julkaisu_2004_2_yli_50.pdf>.
- WARD, Mike 2002: Journalism Online. Focal Press, Great Britain.
- Web-Fakta 2004. WSOY:n maksullinen verkon kautta käytettävä tietosanakirja. Saatavilla [www-muodossa](http://www.webfacta.com) <<http://www.webfacta.com>>.
- VEHVILÄINEN, Pekka 1999: Tehdas vai toimitus. Journalisti 17/1999. Saatavilla [www-muodossa](http://www.sanomalehdet.fi/journalisti/17/1999)

<<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/arkisto/1799/perus/tilaiso.htm>>. Luettu 26.2.2004.

VERKKOLIITTEEN OPAS 2002: Verkkoliitteen opas, toukokuu 2002, julkaisematon.

VESA, Jarkko 2002: Verkkolehtien markkinoilla on kahden kerroksen väkeä. Suomen Lehdistö 7/2002. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa)
<<http://www.sanomalehdet.fi/suomenlehdisto/0207/020701.shtml>>.

VIRKKUNEN, Janne 2003: Sanomalehti on lukijan palveluksessa. Tietoa HS:n lehti uudistuksesta 21.9.2003. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa)
<<http://www.helsinginsanomat.fi/extrat/vainverkkoliitteessa/2003>>.

WIIO, Osmo A. ja NORDENSTRENG, Kaarle 2001: Viestintäjärjestelmä. Teoksessa NORDENSTRENG, Kaarle ja WIIO, Osmo A. (toim.) 2001: Suomen mediamaisema s. 9–21. WSOY, Helsinki.

YSA 2004: Yleinen suomalainen asiasanasto. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa)
<<http://vesa.lib.helsinki.fi/ysa/>>.

HENKILÖKOHTAISET TIEDONANNOT

HELSINGIN SANOMAT

HUHTA, Kari 2003: Ulkomaantoimituksen esimies. Haastattelu 26.11.2003.

JÄRVENPÄÄ, Eeva 2003: Verkkoliitteen toimittaja. Haastattelu 4.12.2003.

JÄÄSKELÄINEN, Atte 2003: Poliitiikan toimituksen esimies. Haastattelu 4.12.2003.

PASULA, Susanna 2003: Verkkoliitteen uutispäällikkö. Haastattelu 4.12.2003.

PIETINEN, Kimmo 2003: Toimituspäällikkö. Haastattelu 4.12.2003.

PIETINEN, Kimmo 2004: Toimituspäällikkö. Sähköpostikeskustelu 10.6.2004.

SINERKARI, Kaarina 2003: Kaupunkitoimituksen esimies. Haastattelu 3.12.2003.

TYYSSTERI, Tomi 2003: Verkkoliitteen esimies. Haastattelu 26.11.2003.

TYYSSTERI, Tomi 2004: Verkkoliitteen esimies. Keskustelu 31.5.2004.

LIITE 1

YLEINEN HAASTATTELURUNKO

TAUSTA:

- Kauanko olet työskennellyt Helsingin Sanomissa?
- Mikä on nykyinen työtehtäväsi ja mitä tehtäviisi kuuluu?
- Missä ja millaisissa työtehtävissä olet työskennellyt Hesarissa aiemmin?

VERKKOLIITE: Millaisena verkkotoimitus näyttäytyi alkuvaiheessa, ja miten se näyttäytyy nyt?

- Milloin ja miten kuulit ensimmäisen kerran Verkkoliitteestä ja online-uutisista?
- Millaiset uutiset mielestäsi ovat Hesarin online-uutiset? (Mitä tulee mieleen – millaisia ajatuksia herättävät?)
- Miten uutiset muuttuneet ajan myötä?
- Kenelle online-uutiset on mielestäsi suunnattu?
- Poikkeako tämä ryhmä paperisen Hesarin lukijoista?
- Mikä on online-uutisten merkitys mielestäsi lehdelle? Entäpä lukijoille? (Koetaanko organisaatiossanne edelläkävijän ylpeyttä vai tuntuuko, että online-uutiset ovat vain välttämätön pakko – kun kaikilla muillakin on?)
- Luetko itse näitä uutisia?

ASENTEET JA MIELIKUVAT: Mielikuvien lisäksi käsittelee muun muassa organisaation muuttumiskykyä ja tehtäväkiertoa (henkilöstön vaihtuvuutta).

- Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen sanasta online-toimittaja?
- Mitä mielestäsi kuuluu online-toimittajan työtehtäviin?
- Millaisena toimittajina pidät online-toimittajia?
- Voisitko kuvitella itse työskenteleväsi online-toimittajana, esimerkiksi työkierron kautta?

- Miten teillä suhtaudutaan online-toimitukseen / online-toimittajiin? Miten online-toimituksessa suhtaudutaan kantalehden toimittajiin?
- Millainen mielestäsi on osastojen välinen suhde? (Hesari on ollut olemassa pitkään, ja sillä on vakiintuneet tavat toimia, samoin vakiintuneet yhteydet ulkopuolelle – miten online-toimitus sopii tähän kuvioon?)
- Oletteko kilpailijoita? (Onlinelle: mikä on online-uutisten suurin kilpailija – onko tämä kilpailija määritelty heti alussa?)
- Tiedätkö minkä näköisiä ovat online-toimittajat? Pitäisikö teidän tietää?
- Millainen asema online-uutisilla on Helsingin Sanomissa?

TYÖTAVAT: Vastaa kysymyksiin organisaation rakenteesta ja toimivuudesta.

Keskeiset kysymykset koskevat sitä, millä tavalla verkkojulkaisun tulo on muuttanut työtapoja eri osastoissa.

- Onko sillä väliä missä online-toimittajat työskentelevät? (Tiedätkö, missä online-toimittajat työskentelevät?)
- Miten online-uutiset ovat vaikuttaneet työhösi / muuttaneet sitä? (Ovatko työtavat muuttuneet?)
- Miten tällaiset uudet työtavat sopivat sinulle?

YHTEISTYÖ: Vastaa kysymykseen millä tavalla yhteistyötä tehdään nykyisin muiden toimitusten kanssa, miten yhteistyö toimii ja kuinka sitä voisi kehittää?

- Kun online-uutiset perustettiin, keskusteltiinko yhteistyöstä kanta- ja verkkolehden toimittajien kanssa / esimiesten kanssa? (Oliko yhteistyöstä suunnitelmia?)
- Annettiinko johtoportaan ohjeita yhteistyöhön liittyen?
- Onko teillä yhteistyötä? Millaista yhteistyö on ollut? Toimiiko se?
- Miten sinua on informoitu yhteistyöstä?
- Onko yhteistyöstä tällä hetkellä sovittu jotain?
- Millaista yhteistyötä olet tehnyt online-uutisten kanssa?
- Millaisia ongelmia on ollut?
- Mikä on toiminut ja mikä ei ole toiminut erityisen hyvin?

- Millaista yhteistyötä mielestäsi pitäisi tehdä verkko- ja kantalehden välillä?
- Miten tuota yhteistyötä voisi toteuttaa?
- Oletteko saaneet riittävästi tietoa online-toimituksesta, sen tehtävistä, yhteistyöstä? (Jos ette, millaista tietoa kaipaisitte? Jos olette, millaista tietoa olette saaneet?)
- Oletko tehnyt jonkinlaista yhteistyötä ennen onlinea jonkun muun osaston kanssa? Millaista?
- Pitäisikö yhteistyötä lisätä?
- Voisitko kuvitella lähettäväsi sähköpostitse purkamaasi materiaalia, josta online-toimittaja voisi sitten muokata verkkoon oman uutisen?
- Laittavatko online-toimittajat ilman lupaa juttuja?

TULEVAISUUS: Kysyy muun muassa sitä millainen on ihanneorganisaatio online-uutisten kannalta ja kuinka siihen päästäisiin?

- Missä muodossa yhteistyötä voisi tehdä kantalehdestä verkkolehden päin ja verkkolehdestä kantalehden päin?
- Millaista yhteistyön pitäisi olla jatkossa, uutisen tekemisen prosessin eri vaiheissa?
- Mitä ajattelet yhteisestä uutiskorista?
- Mikä olisi paras tapa saada tiedotteet yhteiseen jakeluun?

SISÄLTÖ: Tavoitteena selvittää myös yleisellä tasolla, kuinka paljon toimitusten organisointi vaikuttaa lopputulokseen sekä paperilehden että erityisesti online-uutisten kannalta.

- Ovatko aiheet tai niiden käsittelytavat muuttuneet online-toimituksen myötä?
- Millaiset ovat online-uutisten uutiskriteerit?
- Poikkeavatko ne paperisen Hesarin kriteereistä?
- Kirjoitatko eri tavalla online-uutista? poikkeaako verkkolehden uutinen perinteisestä uutisesta (muodoltaan)?

LIITE 2

HAASTATTELUT

Haastatteluja tehtiin yhteensä 18, joista

8 esimestä

8 toimittajaa

1 toimituspäällikkö

1 uutispäällikkö

Haastattelunumeroissa toimituspäällikkö ja uutispäällikkö on merkitty esimiestittelillä. Tutkielman tekstissä käytetään nimiä aina, kun puhe on virallista puhetta. Tuolloin haastatellut löytyvät myös lähdeluettelosta.

ESIMIESHAASTATELTAVAT OLIVAT:

Kotimaan toimituksen esimies Antero Mukka

Politiikan toimituksen esimies Atte Jääskeläinen

Ulkomaantoimituksen esimies Kari Huhta

Taloustoimituksen esimies Teija Sutinen

Urheilutoimituksen esimies Ari Pusa

Kaupunkitoimituksen esimies Kaarina Sinerkari

Kulttuuritoimituksen esimies Heikki Hellman

Verkkoliitteen vt. esimies Tomi Tyysteri

Toimittajia haastateltiin kotimaasta, ulkomaista, taloudesta, urheilusta, kaupungista ja Verkkoliitteestä. Haastateltu toimituspäällikkö oli Kimmo Pietinen ja uutispäällikkö Susanna Pasula. Haastattelut tehtiin Sanomatalossa Helsingissä 26.11.–4.12.2003.

HAASTATELLUT NUMEROIN:

H1

Verkkoliite, nainen. Ollut talossa haastatteluhetkellä noin puoli vuotta.

H2

Esimies, mies. Ollut talossa 25 vuotta, joista 15 esimiehenä.

H3

Esimies, mies. Ollut talossa 21 vuotta, joista 10 esimiehenä.

H4

Verkkoliite, nainen. Ollut talossa 40 vuotta. Verkkoliitettä ennen esimiehenä, uutispäällikkönä ja kuvatoimittajana.

H5

Esimies, mies. Ollut talossa 14 vuotta, joista esimiestehtävissä noin 9 vuotta.

H6

Toimittaja, mies. Ollut talossa 30 vuotta.

H7

Verkkoliite, nainen. Ollut talossa 22 vuotta. Toiminut myös uutispäällikkönä kantalehdessä.

H8

Toimittaja, nainen. Ollut talossa kymmeniä vuosia.

H9

Esimies, mies. Ollut talossa 8 vuotta, joista pari viimeistä esimiehenä.

H10

Verkkoliite, nainen. Ollut talossa vuodesta 2000.

H11

Toimittaja, mies. Ollut vakituksena toimittajana kymmenen vuotta, mitä ennen useita vuosia määräaikaisena.

H12

Esimies, mies. Ollut talossa kymmeniä vuosia.

H13

Toimittaja, mies. Ollut talossa lähes 20 vuotta.

H14

Esimies, mies. Ollut talossa 18 vuotta, joista kuusi vuotta esimiehenä.

H15

Esimies, nainen. Ollut talossa 33 vuotta, joista kaksi tai kolme viimeistä esimiehenä.

H16

Toimittaja, mies. Ollut talossa yli 31 vuotta.

H17

Esimies, nainen. Ollut talossa yhteensä eri pätkissä yli 14 vuotta.

H18

Esimies, mies. Ollut talossa vuodesta 2000.